

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

На тему:

«Оцінка ефективності експорту»

(на матеріалах ПАТ «НВП Більшовик», м. Київ)

Студентки 2 курсу, 4м групи
Спеціальність 073 “Менеджмент”
Спеціалізація “Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності”

*підпис
студента*

Ясак
Інна
Олександрівна

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин

*підпис
керівника*

Студінська
Галина
Яківна

Гарант освітньої програми
доктор економічних наук,
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин

*підпис
керівника*

Студінська
Галина
Яківна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ	
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	10
1.1 Сутність та значення експортних операцій та оцінки їх ефективності в розвитку підприємства.....	10
1.2. Фактори впливу на розвиток експортної діяльності підприємства	20
1.3. Методичні підходи до оцінювання експортної діяльності підприємства	30
Висновки до розділу 1.....	41
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТУ ПАТ «НВП БІЛЬШОВИК»	42
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «НВП БІЛЬШОВИК»	42
2.2. Діагностика зовнішньоекономічної діяльності підприємства	51
2.3. Оцінка ефективності експорту ПАТ «НВП Більшовик».....	60
Висновки до розділу 2.....	66
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ	
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ПАТ «БІЛЬШОВИК».....	68
3.1 Підвищення ефективності експорту на засадах стратегічного управління підприємством.....	68
3.2. Шляхи удосконалення експортної діяльності ПАТ «НВП Більшовик»	76
3.3 Прогноз розвитку експортної діяльності ПАТ «НВП Більшовик».	85
Висновки до розділу 3.....	92
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	94
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	97

АНОТАЦІЯ

Ясак Інна Олександрівна

Оцінка ефективності експорту

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент», спеціалізації «Менеджмент ЗЕД». Київський національний торговельно-економічний університет, 2018.

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні засади дослідження та оцінки ефективності експорту продукції підприємства, розглянуто діяльність ПАТ «НВП Більшовик» на ринку, аналізується експортна діяльність та показники роботи підприємства. Виконано дослідження експортних операцій підприємства, а також здійснено оцінку їх ефективності. На основі результатів дослідження, обґрунтовано напрями вдосконалення експортної діяльності на засадах стратегічного управління. Розроблено рекомендації щодо підвищення ефективності експортної діяльності підприємства. Надано прогноз основних показників економічної ефективності експортних операцій підприємства.

Ключові слова: експорт, зовнішньоекономічна діяльність, ефективність.

SUMMARY

Inna Yasak

Estimation of efficiency of export products

Final qualifying work for obtaining the degree of Master of specialty 073 “Management” specialization “Management of FEA”. Kyiv National University of Trade and Economics, 2018.

In the final qualification work the theoretical and methodological principles of research and evaluation of the efficiency of export of production of the enterprise are considered, activity of PJSC "BP Bolshevik" in the market is considered, the export activity and indicators of the enterprise are analyzed. The research of export operations of the enterprise is carried out, and also the estimation of their efficiency is carried out. Based on the results of the research, the directions of improvement of export activity on the basis of strategic management were substantiated. Recommendations for increasing the efficiency of export activity of the enterprise are developed. The forecast of the main indicators of economic efficiency of export operations of the enterprise is given.

Key words: export, foreign economic activity, efficiency.

РЕФЕРАТ

«Оцінка ефективності експорту»

(на матеріалах на матеріалах ПАТ «НВП Більшовик»,
м. Київ)

**Випускна кваліфікаційна робота: 105 с., 21 рис.,
25 табл., 3 формули, 81 джерело**

Об'єкт дослідження – експортна діяльність підприємства.

Предмет дослідження – теоретичні засади та практичний інструментарій оцінки ефективності експортних операцій ПАТ «НВП Більшовик».

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ПАТ «НВП Більшовик».

Мета роботи – розкриття теоретичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності експорту продукції підприємства.

Методи дослідження – діалектичний метод пізнання; логічний та формально-логічний методи; метод порівняння, узагальнення, систематизації та синтезу (при дослідженні сутності експортної діяльності); групування, статистичні, математичні, графічного аналізу (при аналізі фінансово-господарської діяльності підприємства та оцінці ефективності експортних операцій підприємства); системний і комплексний підходи, економіко-статистичні, методи прогнозування (для прогнозування результатів експортної діяльності підприємства).

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, виявлено ступінь її розкриття в економічній літературі вітчизняними і зарубіжними науковцями; сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження.

У **першому розділі «Теоретичні засади оцінки ефективності експорту»** визначено зміст та сутність експортної діяльності підприємства; досліджено фактори, що впливають на експортну діяльність підприємства; наведено методичні підходи до оцінки ефективності експорту.

У другому розділі «Оцінка ефективності експорту ПАТ «НВП Більшовик» проаналізовано фінансово-господарську діяльність ПАТ «НВП Більшовик»; здійснено діагностику зовнішнього середовища підприємства та оцінено ефективність експорту продукції ПАТ «НВП Більшовик».

У третьому розділі «Стратегія підвищення експортних операцій ПАТ «НВП Більшовик» визначено напрями удосконалення експорту організації збуту імпортової продукції на підприємстві ПАТ «НВП Більшовик»; обґрунтовано комплекс заходів щодо підвищення ефективності експорту розраховано прогнозні показники ефективності експортної продукції підприємства з урахуванням запропонованих заходів.

Висновки окреслюють теоретичне узагальнення і вирішення наукової проблеми, сутність якої полягає у комплексному дослідженні, оцінці та розробці пропозицій по удосконаленню експортних операцій. Практична реалізація наданих пропозицій у діяльність ПАТ «НВП Більшовик» полягає в комплексі заходів щодо підвищення ефективності експорту за рахунок впровадження інтегрованої комплексно системи розвитку підприємства.

ВСТУП

Актуальність теми. Виробництво продукції на експорт є важливою та невід’ємною складовою господарської діяльності кожного успішного підприємства. Адже здійснення експортних операцій стає вагомим передумовою для розширення ринків збуту, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості продукції, що, в свою чергу, дозволяє також створити сприятливе підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій підприємства на внутрішньому ринку. Саме ефективна зовнішньоекономічна діяльність окремих підприємств є запорукою успішного сприйняття країни-експортера на міжнародному ринку.

Функціонуюче підприємство знаходиться під постійною дією факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на розвиток його експортної діяльності. Для подолання негативного впливу конкурентних факторів зовнішнього середовища, що стримують розвиток експортної діяльності, перед підприємствами постає необхідність здійснення вибору ефективних управлінських рішень, застосування певних стратегій. Ці рішення мають базуватися на результатах оцінки експортної діяльності підприємства та її ефективності, що має забезпечувати менеджмент достовірною та релевантною інформацією щодо міри та характеру впливу того чи іншого фактора на результати його діяльності. Такі підходи до управління експортною діяльністю забезпечать формування обґрунтованого підходу до вироблення напрямів розвитку експортної діяльності підприємства, генерування бажаного прибутку та створення позитивного іміджу для підприємства в майбутньому.

Дослідженню проблем розвитку експортної діяльності підприємств присвячено багато праць українських вчених-економістів, зокрема таких як: Н. В. Бикова, І. М. Волкова, Ю. Л. Зборовська, С. В. Князь, Л. А. Петренко, Л. І. Піддубна, Л. П. Серова, В. М. Соколовська, М. Б. Швецова, Є. О. Шелест, Й. Гессель та А. ван Стель, Я. Де Локер, К. Іто, А. Фернандес та А. Ісгут та інші.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розроблення практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності експорту продукції підприємства.

З огляду на мету в процесі підготовки випускної кваліфікаційної роботи були поставлені наступні завдання:

- дослідити сутність та значення економічної категорії «експорт, оцінка ефективності експортної діяльності»;
- узагальнити фактори, що впливають на експортну діяльність підприємства;
- систематизувати методичні підходи до оцінки ефективності експортної діяльності підприємства;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ПАТ «НВП Більшовик»;
- здійснити оцінку ефективності здійснення експортних операцій ПАТ «НВП Більшовик»;
- провести діагностику зовнішнього середовища ПАТ «НВП Більшовик»;
- розробити шляхи удосконалення організації експорту продукції на підприємстві;
- порівняти та спрогнозувати майбутні результати експортної діяльності досліджуваного підприємства.

Об'єктом дослідження є процес експортної діяльності на підприємстві ПАТ «НВП Більшовик» та її ефективність.

Предметом дослідження є теоретичні і методологічні засади експортної діяльності ПАТ «НВП Більшовик».

Для досягнення мети та вирішення основних задач випускної кваліфікаційної роботи застосовані різноманітні методи дослідження. До основних загальнонаукових методів дослідження, які використані автором, відносяться: діалектичний метод пізнання; логічний та формально-логічний методи; метод порівняння, узагальнення, систематизації та синтезу (при дослідженні сутності експортної діяльності); групування, статистичні,

математичні, графічного аналізу (при аналізі фінансово-господарської діяльності підприємства та оцінці ефективності експортних операцій підприємства); системний і комплексний підходи, економіко-статистичні.

Теоретико-інформаційну основу дослідження становлять фундаментальні положення економічної теорії, зокрема, міжнародної торгівлі, законодавчі та інші нормативні документи, монографії, наукові періодичні видання, матеріали міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференцій, фінансова та статистична інформація ПАТ «НВП Більшовик».

Практичне значення роботи визначається можливістю застосування отриманих результатів для підвищення ефективності експортної діяльності підприємства через вибір найоптимальніших напрямів їх розвитку зважаючи на особливості їх діяльності.

Апробація результатів.

По темі дослідження опубліковано стаття «Оцінка ефективності експорту ПАТ «НВП Більшовик» у Віснику КНТЕУ 2018 р.

Структура роботи включає вступ, три розділи, висновок, список літератури, який складається із 85 джерел і 1 додаток.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

1.1 Сутність та значення експортних операцій та оцінки їх ефективності в розвитку підприємства.

В умовах сучасних ринкових відносин експортна діяльність є беззаперечним фактором успішної діяльності того чи іншого підприємства. Експортна діяльність, зазначає Т.Бондарєва, є важливою і невід'ємною складовою господарської активності підприємства. Здійснення експортних операцій стає важливою передумовою для розширення ринків збуту, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості продукції, що, в свою чергу, дозволяє також створити сприятливе підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій підприємства на внутрішньому ринку [23, с.91].

Поширеним в наукових працях є паралельне вживання термінів «експортна діяльність» та «експорт».

Експорт – це продаж та вивіз товарів, технологій та послуг для реалізації їх на зовнішньому ринку [51]. К.Афанасьєв трактує експорт, як один з видів зовнішньоекономічної діяльності, за допомоги якого підприємства залучаються у міжнародний бізнес [14, с.8].

Важливий момент для розуміння сутності експорту, наголошує І.Русаков – оцінка його місця та ролі в економічній діяльності підприємства. В цілому автор стверджує, що експорт є окремим випадком збутової діяльності, та в той же час експорт характеризується низкою особливостей, які не притаманні збуту на внутрішньому ринку [55, с.107]:

- юридичні питання, пов'язані з експортною діяльністю, регулюються не тільки законодавством країни-експортера, але і законодавством країни-імпортера;
- здійснення експортної діяльності практично завжди пов'язане з подоланням різного роду тарифних та нетарифних бар'єрів та обмежень, що існують на ринку країни-імпортера;

- експортний ринок якісно відрізняється від внутрішнього ринку умовами реалізації продукції, торговими звичаями, мовою та культурою потенційних споживачів, що спричиняє додаткові складності при здійсненні експортної діяльності.

Для того, щоб зрозуміти суть експортної діяльності підприємства, необхідно визначити, що ж змушує підприємства виходити на зарубіжні ринки, тобто які мотиви здійснення експортної діяльності. Основними такими мотивами, на думку О.Кузьміна, є [39, с.173]:

- створення позитивного іміджу підприємства на вітчизняному ринку (стереотип «європейських стандартів»);
- розширення ринків збуту з метою збільшення очікуваної норми доходу;
- перерозподіл ринку, який змушує підприємство здійснювати пошук нових партнерів за межами локального ринку;
- місткість ринку, яка не дозволяє реалізовувати усі вироблені активи;
- ефективність ведення зовнішньоекономічної діяльності, а саме – переорієнтація на експортну діяльність у зв'язку з більшою прибутковістю;
- реструктуризація підприємства.

Здатність підприємств виробляти експортну продукцію часто означає досягнення ними світового рівня вирішення технологічних, організаційних та соціальних проблем [31, с.40].

Й.Гессель та А. ван Стель (J.Hessels, A. van Stel), досліджуючи вплив експорту на розвиток підприємств, звертають увагу на те, що експортна діяльність може розглядатися не лише як інструмент збагачення, а й як процес отримання досвіду, знань та технологій. В зарубіжній літературі дане явище отримало назву «*learning-by-exporting*», тобто отримання досвіду від експортної діяльності [78, с.257].

Автори пояснюють, що досвід, отриманий підприємствами від експортної діяльності може стимулювати їх досліджувати нові іноземні ринки та

спонукати до використання інших форм діяльності, таких, як створення спільних підприємств, ліцензування та прямих іноземних інвестицій.

Я.Де Локер (J. De Loecker) в результаті дослідження впливу експортної діяльності на функціонування підприємств-експортерів також доходить висновку, що підприємства-експортери є більш продуктивними та мають кращі показники ефективності, ніж неекспортери, та наводить два пояснення цього явища.

Перше пояснення ґрунтується на тому, що тільки ефективні підприємства, здійснюючи експортну діяльність, здатні вести конкурентну боротьбу на зарубіжних ринках. Друге пояснення – підприємства здійснюючи експортну діяльність, тим самим отримують новий досвід, що допомагає їм досягти нових рівнів ефективності [80, с.70].

В іншому дослідженні вчений доповнює своє друге пояснення та стверджує, що отримання досвіду від експортної діяльності може відбуватися як безпосередньо, через відносини експортера та покупця, так і опосередковано через зростання конкуренції з боку іноземних виробників. Процес набуття досвіду від закордонних клієнтів та конкурентів може, зокрема, відзначатись поліпшенням якості продукції, пакування, доставки, або ж навіть отриманням інвестицій [9, с.2].

К.Іто (K.Ito) на прикладі японських підприємств доводить позитивний вплив експортної діяльності на такі показники діяльності підприємств, як рівень реалізації продукції, продуктивність праці, інтенсивність НДДКР та ін. В той же час дослідниця стверджує, що ефективність діяльності підприємств-експортерів напряму залежить від вибраних закордонних ринків для експортування. Підприємства, продукція яких спрямовується на ринки США та ЄС, є більш інноваційними та ефективними, ніж підприємства, що експортують на ринки країн Азії [85, с.23].

Подібні результати досліджень також у А.Фернандес та А.Ісгут (A.M.Fernandes, A.E.Isgut), які стверджують, що експортна діяльність позитивно впливає на ефективність діяльності підприємств. Вчені з'ясували

залежність такого впливу від країни експортування і дійшли висновку, що експортна діяльність найкраще впливає на показники діяльності підприємств, що експортують до високорозвинених країн [82, с.3].

Цей ефект досягається, на думку вчених, необхідністю вирішення підприємствами-експортерами різного роду проблем, таких, як приведення у відповідність до жорсткіших стандартів, задоволення потреб вимогливіших клієнтів.

Експортні ринки, зазвичай більш конкурентні, змушують експортерів дотримуватись сучасних вимог та випускати продукцію у відповідності з високими стандартами. Саме необхідність подолання подібних бар'єрів і допомагає підприємствам-експортерам, на думку авторів, поліпшувати ефективність їх діяльності.

Отже, не викликає сумніву той факт, що експортна діяльність позитивно впливає на стан функціонування підприємств-експортерів, так само, як і твердження про те, що показники діяльності підприємств-експортерів є в цілому кращими за аналогічні показники підприємств неекспортерів.

Але, крім розглянутих нами тверджень про те, що підприємства поліпшують показники діяльності та стають ефективнішими безпосередньо в процесі здійснення експортної діяльності, є й інші погляди дослідників на цю проблему.

Вони пояснюють важливість експортної діяльності підприємств, її вплив на загальне економічне зростання. З огляду на це, вважаємо за необхідне виявлення резервів росту можливостей підприємств експортерів для нарощування експортної діяльності та посилення їх конкурентних можливостей для виходу на зарубіжні ринки.

На основі проведеного аналізу підходів до розуміння сутності експортної діяльності підприємства виділимо цілі, що змушують підприємства виходити на зовнішні ринки, ключові передумови, необхідні для здійснення такої діяльності та наслідки для країни та експортерів, що виникають внаслідок експорту (рис.1.1).

Цілі	Ключові передумови
розширення ринків збуту; збільшення обсягів виробництва; перерозподіл ринку; створення позитивного іміджу реструктуризація підприємства.	наявність необхідних ресурсів; відповідна якість продукції; інвестиційні та інноваційні можливості; відповідність світовим технологічним стандартам

Експортна діяльність підприємства
Наслідки

Для країни	Для підприємств
зростання продуктивності праці; зростання інтенсивності науково- дослідних та дослідно-конструкторських робіт; перетікання ресурсів від менш ефективних до більш ефективних підприємств; приплив іноземних інвестицій.	отримання досвіду, доступу до нових технологій; підвищення ефективності діяльності; використання інших форм діяльності зміцнення конкурентних позицій; підвищення ефективності діяльності; використання інших форм діяльності приведення у відповідність до жорсткіших стандартів та задоволення потреб вимогливіших клієнтів.

Рисунок 1.1 Цілі, ключові передумови та наслідки експортної діяльності підприємства

Джерело: Розроблено автором на основі [34,35]

Узагальнюючи наведені дані, можемо сказати, що розвиток експортної діяльності підприємства слід розглядати як процес, що здатен забезпечувати стаке зростання обсягів експорту продукції підприємства одночасно з оптимізацією структури експортних потоків та підвищенням ефективності діяльності підприємства.

Ефективність господарської діяльності є однією з економічних категорій, яка виступає підґрунтям для відбору та реалізації альтернативних варіантів економічного розвитку підприємства, обумовлює доцільність реалізації інноваційно-інвестиційних проектів створення нових видів продукції і послуг, розробки і впровадження нової техніки, впровадження заходів з удосконалення організації та управління виробництвом, поліпшення якості трудового життя персоналу та ін.

Оцінка ефективності діяльності підприємства дозволяє встановити релевантні параметри його функціонування і розвитку, виявити існуючі закономірності й залежності між різними об'єктами та явищами

господарського життя, визначити резерви підвищення продуктивності виробництва. Так, Л. Абалкін [10, с. 842] наголошує, що ефективність є відображенням результативності функціонування економічної системи, що визначається співвідношенням отриманого економічного ефекту (результату) та витрат ресурсів (факторів), які обумовили досягнення такого ефекту. Слід, проте, відзначити, що описаний загальний підхід переважною мірою відповідає відносно незмінним (статичним) умовам господарювання, які визначаються стабільністю і передбачуваністю основних показників діяльності підприємства.

Прискорення науково-технічного прогресу, безперервне виникнення нових продуктів і технологій виробництва, підвищення вимог споживачів та стрімке зростання інших соціальних, економічних, культурних суспільних трансформацій суттєво ускладнюють достовірне передбачення тенденцій та умов розвитку ринкового середовища і визначення параметрів функціонування підприємства. За таких обставин статичний підхід до оцінки ефективності не дозволяє в повній мірі забезпечити врахування складних змін, які на цей час відбуваються в господарській сфері, зокрема – в контексті розширення можливостей альтернативного використання ресурсів, зростання економічної ролі та значення нематеріальних (насамперед, інформаційних) ресурсів, підвищення впливу умов і якості трудового життя персоналу на результати діяльності та ін.

Труднощі, які можуть супроводжувати використання статичних показників для оцінки ефективності діяльності (ЕД) підприємства, закономірно обумовили виникнення значного розмаїття динамічних підходів до встановлення конкретного змісту й складу результатів і витрат, що мають знаходитися в основі визначення ЕД. С. Яшин, Є. Пузов [11, с. 9-10] відзначають з цього приводу, що ефективність діяльності підприємства в сучасних умовах розглядається в таких основних аспектах:

- 1) як відносний параметр витратного (результативність або продуктивність використання ресурсів) або цільового (економічність

досягнення певного ефекту) типу;

2) як абсолютний показник, визначений на основі доходного методу (грошовий потік, капіталізація або вартість, період окупності та ін.);

3) як відображення відносних оцінок показників, отриманих за допомогою доходного методу (індекси доходності, рентабельності, внутрішня норма прибутку та ін.);

4) як індивідуальний комплекс узгоджених фінансових і нефінансових параметрів функціонування і розвитку підприємства (збалансована система показників).

Характерними особливостями динамічного підходу до оцінки ефективності слід вважати посилення уваги до урахування альтернатив (у т.ч. – в стратегічному аспекті, з огляду на необхідність здійснення довгострокових інвестицій) функціонування та розвитку підприємства, а також суттєве розширення кола факторів формування фінансових результатів господарської діяльності. Так, наприклад, Ю. Лапигін, Д. Лапигін, Т. Лачініна [8, с. 53-57] наполягають на необхідності формування стратегічного підходу до оцінки ефективності, що має враховувати розмаїття можливих ефектів функціонування і розвитку підприємства. До складу такого роду ефектів науковці пропонують віднести такі:

- ✓ зміни, що відбулися (або мають відбутися) у стані економічної системи;
- ✓ міра відповідності результату (або процесу його досягнення) певним еталонним (максимально можливим, ідеальним, запланованим) параметрам;
- ✓ досягнутий рівень функціонального розмаїття системи;
- ✓ кількісний вираз ступеня задовільності функціонування об'єкту або системи;
- ✓ міра ймовірності успішного виконання цільових функцій;
- ✓ співвідношення параметрів реального (отриманого) та потрібного (запланованого, нормативного) ефектів.

Закономірним відбиттям наявного загального існування концепцій оцінки

ЕД в сфері здійснення експортних операцій також стали виникнення і поширення різних підходів до визначення ефективності експортної діяльності, серед яких слід відзначити такі: витратний, балансовий, порівняльний, індикаторний, збалансованої оцінки (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Характеристика підходів до оцінки ефективності ЕД підприємства

Назва підходу	Зміст підходу	Показники ефективності
Витратний (Т. Міролюбова [10, с. 7-9])	Співвідношення еквіваленту (в національній грошовій одиниці) валютних надходжень від експортних операцій та повних витрат підприємства на випуск і збут експортної продукції (у т.ч. – додаткових витрат на рекламу, маркетинг, митне оформлення, страхування тощо)	Абсолютна ефективність Експорту
		Ефективність використання виробничих та оборотних фондів при експорті.
		Рентабельність експортних операцій
		Інтегральний ефект зовнішньоекономічної діяльності
Балансовий (Г. Пухтаєвич [11, с. 222-225])	Співвідношення обсягів економії витрат (національних, підприємницьких) на виробництво експортної продукції (при рівні цих витрат, нижчому за світовий) та економії від імпорту (при рівні витрат на імпорт, нижчому за вартість власного виробництва аналогічної продукції (з урахуванням параметрів економічної безпеки, системи критичних обмежень та ресурсних потреб, експортної спеціалізації, технологічності продукції та ін.))	Бюджетна ефективність Експорту
		Співвідношення показників оцінки можливостей експорту і потреби в імпорті ресурсів
		Коефіцієнт технологічності (за окремими видами продукції)
		Валютна ефективність експорту
		Індекс валютної виручки на одиницю продукції
		Індекс структурних зрушень
		Індекс умов торгівлі
Порівняльний (О. Кузьмін, А. Босак, Р. Дарміць [7, с. 223- 225])	Ступінь збільшення доходу підприємства при здійсненні експортних поставок, що визначається на основі порівняння (встановлення співвідношення) показників ефективності певних експортних операцій (продаж певного товару нерезидентам) з відповідними параметрами ефективності проведення аналогічних (за кількістю, якістю та структурою продаж) операцій на внутрішньому ринку	Базовий коефіцієнт ефективності експорту Альтернативний коефіцієнт ефективності експорту Частка експорту в загальному обсязі продажів Прибутковість експорту Стійкість позицій підприємства на зовнішньому ринку

		Динаміка експортних поставок
Індикаторний (О. Мельник, Ю. Логвіненко [8, с. 126-129])	Побудова матричної моделі, в рамках якої здійснюється узагальнення індикаторів абсолютного характеру (кількісних вимірників властивостей, стану, розвитку експортної діяльності) з урахуванням встановлених норм (характеризують витрати ресурсів в умовах найбільш раціонального релевантного діапазону ділової активності) нормативів (регламентують визначення норм)	Система локальних та інтегральних показників оцінки ЕЕД, склад яких визначається залежно від встановлених діагностичних цілей на основі узагальнення матриці різних груп індикаторів (виробничих, технологічно-майнових, соціальних, загальноекономічних, часових тощо)
Збалансованої оцінки (М. Кизим, А. Пилипенко, В. Зінченко [6, с. 122-130])	Виходить з пріоритетності цілей (параметрів бажаного або ідеального стану експортної діяльності, що описуються комплексом показників, які дозволяють оцінити ефективність як міру наближення до виконання певних функцій до бажаного результату.	Система показників функціонування і розвитку підприємства, згрупованих за напрямками, що відбивають пріоритети стратегічного і поточного планування експортної діяльності

Джерело: Розроблено автором на основі [6,7,8,10,11]

На думку авторів основним джерелом виникнення відмінностей між зазначеними підходами, поряд з розбіжностями в складі відповідних результатів і витрат, виступає повнота охоплення предметної сфери (сукупності факторів та взаємозв'язків) формування ефективності експортної діяльності.

З іншого боку, характерною особливістю, притаманною різним концепціям визначення ЕЕД слід вважати певну спільність загальної методичної основи процесу оцінювання, що обов'язково має враховувати існуючі відмінності в умовах здійснення господарської діяльності на внутрішньому та зарубіжних ринках, а також вплив, який надає комплекс чинників митного, валютного та іншого характеру на ефективність експортних операцій. Так, О. Кузьмін, А. Босак, Р. Дарміць [11, с. 223], Л. Стровський, С. Казанцев, О. Паршина [8, с. 630] та ін. пропонують виходити з того, що ЕЕД слід визначати на основі співвідношення відповідних ефектів та ресурсних витрат з дотриманням наступних принципових вимог: повнота

обліку результатів і витрат; порівняльний характер процедур оцінювання, що мають базуватися на урахуванні альтернативних варіантів здійснення певних економічних операцій; забезпечення динамічного підходу до встановлення закономірностей взаємодії факторів господарського середовища.

Проте виникнення розбіжностей між існуючими підходами до оцінки ЕЕД пов'язано, насамперед, з обґрунтуванням складу та визначенням впливу специфічних факторів, дія яких виступає характерною особливістю, що відрізняє експортні операції від інших видів господарської діяльності підприємства. О. Кузьмін, А. Босак, Р. Дарміць [11, с. 224] при цьому акцентують увагу на необхідності врахування впливу валютного курсу і курсових різниць на фінансові параметри реалізації експортних угод. І. Смірнова [9, с. 69-70] підкреслює визначальний характер розміру митних платежів, які підлягають сплаті підприємством при експортних поставках продукції, для ефективного здійснення експортної діяльності. Для усунення можливих ризиків, пов'язаних з небезпекою негативної дії митних чинників на фінансові результати експорту, І. Смірнова пропонує виходити при цьому з розрахунку оптимального розміру митної вартості відповідних товарів, визначення розміру якої дозволить своєчасно виявляти припустимість або недоречність відхилень від інтервалу прийнятних значень вартісного ризику ймовірних коливань обсягу митних платежів.

Крім того, І. Смірнова [8, с. 70] вважає, що оцінювання ЕЕД обов'язково має носити порівняльний характер рейтингового ранжирування, оснований на зіставленні динаміки таких показників, досягнутих різними суб'єктами господарювання: ринкова частка; експортні квоти; обсяги експорту; експортна частка продукції; обсяги виробництва в цілому. Л. Стровський, С. Казанцев, О. Паршина [9, с. 633] пропонує доповнювати традиційний витратний підхід до визначення ЕЕД урахуванням рівня кредитного впливу на параметри виконання експортних угод, оскільки передбачення можливості комерційного кредитування при цьому може суттєво змінити співвідношення отриманих результатів і понесених витрат. Г. Пухтаєвич [7, с. 222-225] звертає увагу на

вимоги врахування якісних і технологічних характеристик продукції, яка пропонується зарубіжним споживачам, при визначенні доцільності здійснення та ефективності експортної діяльності. А. Яковлев [6, с. 30-33] підкреслює необхідність виокремлення впливу, який надають особливості організаційно-правової форми та структурної побудови, а також індивідуальні цільові орієнтири та стратегічні пріоритети певного учасника зовнішньоекономічних відносин на складові оцінки ЕЕД. О. Мельник, Ю. Логвіненко [7, с. 125-127] наполягають на необхідності розширення передумов такої оцінки на широке коло факторів та чинників (індикаторів), які визначають міжнародну конкурентоспроможність підприємства в цілому.

З точки зору авторів, кожний з існуючих підходів є відображенням певного аспекту складного процесу формування та оцінки ефективності експортних операцій. З іншого боку, наведене розмаїття поглядів і думок науковців не дозволяє повною мірою охопити предметну сферу оцінювання ефективності експорту. Зокрема, поза увагою дослідників певною мірою залишаються корисні ефекти, пов'язані з можливостями поліпшення якості трудового життя персоналу та отримання працівниками унікального досвіду господарювання на міжнародному ринку, а також з імовірністю розширення доступу підприємства до новітніх технологій, опанування сучасним інструментарієм організації та управління тощо.

Ефективність є відображенням результативності функціонування економічної системи, що визначається (статичний аспект) співвідношенням отриманого економічного ефекту (результату) та витрат ресурсів (факторів), які обумовили досягнення такого ефекту, з урахуванням (динамічний аспект) міри досягнення поставлених цілей, стратегічних пріоритетів та ін.

1.2. Фактори впливу на розвиток експортної діяльності підприємства

Експортна діяльність здійснюється на рівні виробничих структур та орієнтована на отримання прибутку. Вона є складовою частиною виробничо-комерційної діяльності підприємства та характеризується самодостатністю у

виборі іноземних партнерів, номенклатури продукції, встановлення цін, обсягів та строків поставок. У зв'язку з цим важливої ролі набуває визначення факторів, що впливають на розвиток експортної діяльності.

Розвиток як процес зумовлюється такими факторами:

- зміни зовнішнього середовища (економіка, політика, культура тощо);
- зміни внутрішнього середовища (технологічна оснащеність виробництва, переміщення працівників, зміна принципів та механізмів управління тощо) [32, с.4].

Фактор – це умова, рушійна сила будь-якого процесу, явища; чинник [24]. А.Устенко зазначає, що з одного боку, фактор – це компонент будь-якого виробничого процесу, якому властива визначена постійна сукупність, склад загальних властивостей, ознак, достатніх для віднесення даних компонентів до певного класу цілісних явищ, речей. З іншого боку, фактор – це явище суспільного рівня, причина, що викликає зміни, джерелом яких є навколишнє середовище (довкілля) [72, с.361].

Найпоширенішою класифікацією факторів, що впливають на розвиток експортної діяльності є класифікація їх за ступенем охоплення середовища впливу - фактори зовнішнього середовища та фактори внутрішнього середовища. О.Мельник та М.Нагірна до факторів зовнішнього середовища зараховують: економічну ситуацію в країнах експортера та контрагентів; політичні обставини; імпортерів-споживачів продукції; постачальників тощо.

До факторів внутрішнього середовища відносять: основні цілі та завдання експортної діяльності підприємства; інформаційну базу експорту; ресурсне забезпечення експорту; технологію виробництва експортної продукції тощо [44, с.65].

Т.Бондарєва та А.Осадчук акцентують увагу на необхідності врахування впливу специфічних факторів, дія яких виступає характерною особливістю, що відрізняє експортні операції від інших видів господарської діяльності підприємства [23, с.97]. Мається на увазі вплив валютного курсу і курсових різниць на фінансові параметри реалізації експортних угод, розмір митних

платежів, які підлягають сплаті підприємством при експортних поставках продукції.

С.Дубков та С.Дадалко для аналізу факторів, що впливають на експорт, ділять їх на контрольовані та неконтрольовані підприємством. Контрольованими автори вважають ті фактори, які підприємство може змінювати в потрібному для себе руслі. Неконтрольовані, в свою чергу, можна розділити на контрольовані та неконтрольовані державою. До контрольованих державою факторів ефективності експорту будуть відноситися ті, які держава може змінити в цілях підвищення ефективності експорту підприємств [34, с.30]. Розуміння факторів впливу на експорт промислових підприємств, дозволяє, на думку авторів, класифікувати умови, що створюють середовище формування та реалізації експортного потенціалу: економічні, політико-правові, соціально-культурні, технічні, природно-кліматичні. Ці фактори дослідники пропонують розділяти (відповідно до ступеню контролю над ними) на: ендогенні (внутрішні) – пов'язані з діяльністю підприємства, його зовнішньоекономічною маркетинговою стратегією, характеристиками менеджменту; екзогенні (зовнішні) – містять характеристики політичного, географічного, природно-кліматичного середовища внутрішнього та зовнішнього ринків.

О.Печеркіна розділяє фактори на внутрішні та зовнішні з позиції середовища функціонування [48, с.89]. Зовнішні фактори, зазначає дослідниця, виникають у зовнішньому середовищі підприємства. Під зовнішнім середовищем слід розуміти сукупність суб'єктів та сил, що знаходяться за межами організації та здійснюють вплив на її діяльність. Зовнішнє середовище є джерелом ресурсів, необхідним для підтримки внутрішнього потенціалу підприємства на необхідному рівні. Підприємство знаходиться у стані постійного обміну із зовнішнім середовищем, забезпечуючи тим самим собі можливість існування.

З позиції впливу на стійкість функціонування підприємства автор ділить зовнішні фактори на фактори загального та робочого середовища. Загальне середовище складається з елементів, які не пов'язані з підприємством

безпосередньо, але впливають на формування загальної атмосфери діяльності та створюють загальні умови функціонування підприємства. Робоче середовище – це середовище безпосередніх контактів підприємства, воно включає тих учасників ринку, з якими у підприємства існують прямі відносини чи котрі здійснюють вплив на підприємство. Внутрішнє середовище підприємства, стверджує О.Печеркіна, справляє постійний і безпосередній вплив на його функціонування. Фактори внутрішнього середовища є джерелом тих можливостей, якими володіє підприємство.

Як правило, зовнішньому середовищу у процесі управління діяльністю підприємств приділяється незначна увага з огляду на те, що його чинники є важко прогнозованими і на них підприємство має обмежений вплив або його взагалі немає. Однак ігнорування об'єктивних чинників функціонування і розвитку підприємств може призвести до непередбачуваних негативних (кризових) явищ [51, с.40].

Найповнішим переліком факторів, що впливають на розвиток експортної діяльності, на нашу думку, є фактори, запропоновані Л.Чернобай, Н.Вацик [76, с.316]. Дослідники зазначають, що оскільки однією з основних зовнішньоекономічних операцій є експорт, відповідно чинники (фактори) впливу на управління зовнішньоекономічною діяльністю безпосередньо стосуються експортної діяльності та частково основного об'єкта у системі управління експортними операціями – витрат. Тому для формування комплексу чинників актуальності набуває розгляд усієї їх сукупності, що прямо чи опосередковано стосуються управління зовнішньоекономічною діяльністю. Оскільки витрати на експортну діяльність є одним із найважливіших важелів у системі управління експортною діяльністю, то визначення чинників та їх можливого впливу на формування таких витрат є, на думку авторів, надзвичайно важливим. Автори виділяють дві групи взаємопов'язаних чинників, що впливають на провадження певного виду зовнішньоекономічної операції, зокрема експортної, а саме: внутрішні та зовнішні. Додатково автори характеризують вплив чинників на формування витрат на експортну діяльність

залежно від стадій залучення суб'єкта господарювання до експортного ринку. На думку авторів, це надасть можливість об'єктивно оцінити величину витрат на кожній із стадій та виявити шляхи щодо її оптимізації.

Дослідження та виявлення факторів впливу на розвиток експортної діяльності підприємства є актуальним та поширеними і в працях зарубіжних дослідників. Так, А. Ходжкінсон (A.Hodgkinson) в результаті дослідження експортної діяльності австралійських підприємств стверджує, що на розвиток експорту найперше впливають такі фактори, як партнерство та співпраця, а також застосування сучасних методів ведення бізнесу, таких, як електронна комерція. Вплив науково-дослідних робіт на розвиток експорту, за результатами його дослідження, є менш значним [84, с.42]. Значний вплив партнерства та кооперації на розвиток експорту, особливо для малих підприємств, відмічає D.Tooke [83, с.66].

Е. Акдеве (E.Akdeve) стверджує, що на розвиток експортної діяльності впливає розмір фірми, досвід, якість продукції, транспортні витрати та доводить незначний вплив витрат фірми на науково-дослідні роботи [78, с.749].

Р. Дж. Джавалгі, С. Уайт та О. Лі (R. G. Javalgi, S.White та O.Lee) серед факторів впливу на розвиток експортної діяльності фірми виділяли трудові фактори, а саме кількість працівників, обсяг збуту, досвід роботи, форму власності. Вплив цих факторів на розвиток експортної діяльності значно змінювався, на думку вчених, залежно від галузі, в якій працює підприємство [79, с.226].

Е.Нікітіна виділяє ключові фактори, управління якими забезпечує ефективну реалізацію експортного потенціалу підприємства: конкурентоспроможність продукції, можливість виробництва експортного асортименту в необхідних кількостях, якість збуту, характер застосовуваних комунікацій [47, с.226].

Як бачимо, в дослідженнях всіх авторів існують розбіжності, пов'язані з повнотою охоплення сукупності факторів впливу на розвиток експортної діяльності. В результаті аналізу наукових робіт з даної проблематики нами

здійснено ідентифікацію та систематизацію факторів впливу на розвиток експортної діяльності підприємства, що наведено нижче.

З позиції відношення до середовища функціонування пропонуємо поділяти дані фактори на внутрішні (ендогенні) та зовнішні (екзогенні).

Внутрішні фактори – це фактори, пов’язані з діяльністю підприємства, які передбачають внутрішнє формування підприємства, можуть впливати як позитивно, так і негативно на розвиток експортної діяльності. Виділені нами ендогенні фактори наведені в табл.1.2.

Таблиця 1.2

Внутрішні фактори впливу на розвиток експортної діяльності підприємства

Група факторів	Фактори
Організаційні	- Розмір підприємства - Організаційна структура
Виробничі	- Наявність достатньої кількості ресурсів для виробничої діяльності - Рівень якості продукції
Технологічні	- Рівень технологічного забезпечення - Відповідність міжнародним нормам та стандартам - Проведення досліджень та розробок
Маркетингові	- Інформаційна забезпеченість - Застосування маркетингових досліджень - Наявність стратегії експорту - Наявність стратегії ціноутворення - Наявність стратегії просування товарів - Вибір ринків збуту та каналів розповсюдження - Планування та організація експортної діяльності
Трудові	- Кваліфікація персоналу - Рівень продуктивності праці - Оцінка результатів праці та стимулювання - Плинність кадрів

Джерело: розроблено автором за: [15, 19, 31, 52, 73, 79, 86]

Зовнішні фактори – виникають у зовнішньому середовищі по відношенню до підприємства та впливають на розвиток експортної діяльності підприємства ззовні. Як зазначалось вище, фактори цього типу не піддаються контролю з боку підприємства. Зовнішні фактори ми пропонуємо розділити на фактори, що виникають у зовнішньому макросередовищі та зовнішньому мікросередовищі. Зовнішні фактори макросередовища – це фактори, що

виникають у результаті державної політики на галузевому, державному чи міжнародному рівнях. Зовнішні фактори макросередовища зведені у табл.1.3.

Таблиця 1.3

Зовнішні фактори макросередовища, що впливають на розвиток експортної діяльності підприємства

Група факторів	Фактори
Макроекономічні	- Рівень і темп інфляції - Інвестиційний та інноваційний клімат - Розвиненість ринкової інфраструктури - Державне регулювання та державна підтримка
Державно-адміністративні	- Експортні бар'єри - Бюрократизація - Нормативно-правова база регулювання ЗЕД
Правові	- Наявність міжнародних договорів про співробітництво - Рівень громадського контролю за діяльністю правової системи
Соціальні (демографічні)	- Вікова та кваліфікаційна структура населення - Рівень безробіття - Рівень життя населення - Міграційні процеси - Національний стереотип ведення бізнесу - Наявність національного менталітету
Наукові	- Технологічний та технічний рівень - Автоматизація виробництва - Кількість винаходів, патентів
Політичні	- Політична стабільність - Політична ситуація в країні - Військові конфлікти - Політичні реформи
Природно-кліматичні	- Географічне положення - Кліматичні умови - Забезпеченість природними ресурсами - Стихійні лиха
Соціально-культурні	- Середній рівень освіти населення - Рівень володіння населення іноземними мовами, інформаційними технологіями

Джерело: розроблено автором на основі: [15, 19, 31, 53, 73, 86]

Зовнішні фактори мікросередовища – це фактори, що виникають внаслідок діяльності конкурентів, обслуговування споживачів, тобто виникають і діють на рівні підприємств. Зовнішні фактори мікросередовища наведено у табл.1.4.

Таблиця 1.4

Зовнішні фактори мікросередовища, що впливають на розвиток експортної діяльності підприємства

Група факторів	Фактори
Фінансові	- Мотивація -Інвестиційна політика щодо покращення інвестиційної привабливості -Підтримка ліквідності та забезпечення платоспроможності
Галузеві	-Інтенсивність технологічного розвитку галузі -Конкурентоспроможність товарів конкурентів -Організаційно-технічний рівень конкурентів -Ринкова стратегія конкурентів -Загроза чи можливість приходу нових конкурентів -Можливість появи товарів-замінників
Економічні	-Стан банківської системи -Наявність системи кредитування та страхування експорту -Наявність консалтингових та маркетингових компаній -Рівень цін на ресурси -Якість ресурсів
Технічні	-Діяльність науково-дослідних установ -Рівень технічного забезпечення -Доступність засобів комунікації та інформації
Інформаційно-освітні	-Можливості підготовки спеціалістів ЗЕД -Заходи з поліпшення взаємозв'язків з контактною аудиторією

Джерело: розроблено автором на основі: [15, 19, 31, 52,73, 86]

За ступенем взаємозалежності фактори слід поділяти на незалежні, частково залежні та взаємопов'язані. Фактори впливу на розвиток експортної діяльності, на нашу думку, не слід розглядати ізольовано, оскільки деякі фактори сильно впливають один на одного, інші ж є абсолютно незалежними.

За можливістю прогнозування фактори поділяють на прогнозовані та непрогнозовані. Ця група охоплює фактори, вплив яких на діяльність підприємства може спричиняти як негативний, так і позитивний ефект стосовно розвитку експортної діяльності. До непрогнозованих відносяться здебільшого фактори зовнішнього середовища.

За можливістю контролю фактори поділяються на контрольовані, частково контрольовані та неконтрольовані. Контрольовані фактори це ті, зміна і наслідки яких знаходяться під контролем підприємства. Неконтрольовані фактори – фактори, наслідки впливу яких не залежать від підприємства. Для одних підприємств він може бути цілком контрольованим, в той час, як для інших – не піддаватися контролю. В такому випадку правильним буде говорити про ступінь контролю над даним фактором, або ж віднесення його до групи частково контрольованих.

За способом оцінювання та вимірювання фактори можна поділити на такі, що піддаються або ж не піддаються вимірюванню, та такі, що вимірюються експертним методом.

За часом дії фактори можуть бути довгостроковими, середньостроковими та короткостроковими. Довгострокові фактори – фактори, вплив яких на розвиток експортної діяльності справляє розтягнуту у часі дію. Дія середньострокових факторів проявляється не одразу. Короткострокові фактори характеризуються моментальним впливом на розвиток експортної діяльності.

За тривалістю дії фактори можна розділити на постійно діючі, періодичні та випадкові. Постійно діючі фактори це ті, що завжди є присутніми та безперервно впливають на розвиток експортної діяльності підприємства. Періодичні фактори зазвичай проявляються через певні проміжки часу. Випадкові, або ж епізодичні фактори, виникають не постійно, випадково, одинично, як, наприклад, за форс-мажорних обставин.

За характером впливу на розвиток експортної діяльності фактори діляться на: функціональні (позитивні), дія яких призводить до підвищення ефективності експортної діяльності підприємства, тим самим сприяючи

розвитку експортної діяльності, та дисфункціональні (негативні), що перешкоджають ефективному провадженню експортної діяльності підприємства [34, с.145-148].

Додатково пропонуємо класифікувати фактори впливу в залежності від міри або ступеня впливу на розвиток експортної діяльності підприємства, тобто впливові, малозначимі, не впливові. Такий підхід забезпечує підприємство релевантною інформацією, оскільки не всі фактори однаково впливають на розвиток експортної діяльності. Загальна класифікація факторів впливу на розвиток експортної діяльності наведена на рис.1.3.

З позиції відношення до середовища функціонування	• Внутрішні • Зовнішні
За ступенем взаємозалежності	• Незалежні • Частково залежні • Взаємопов'язані
За можливістю прогнозування	• Прогнозовані • Непрогнозовані
За можливістю контролю	• Контрольовані • Частково контрольовані • Неконтрольовані
За способом оцінювання та вимірювання	• Піддаються вимірюванню • Не піддаються вимірюванню • Вимірюються експертним методом
За часом дії	• Довгострокові • Середньострокові • Короткострокові
За тривалістю дії	• Постійнодіючі • Періодичні • Спорадичні
За характером впливу на ефективність експортної діяльності	• Функціональні • Дисфункціональні

Рис.1.3. Класифікація факторів впливу на експортну діяльність підприємства

Систематизовано автором на основі: [5, 25, 31, 52,73, 86]

В результаті аналізу наукових робіт як зарубіжних, так і вітчизняних вчених з дослідження підходів до визначення та класифікації факторів ефективності експортної діяльності підприємства запропоновано класифікацію даних факторів.

Результати даного дослідження дають можливість на основі комплексної класифікації факторів моделювати господарську діяльність підприємства, здійснювати пошук резервів та шляхів покращення ефективності експортної діяльності підприємства. Аналіз та оцінка даних факторів дасть підстави для вироблення управлінських механізмів для підвищення ефективності експортної діяльності підприємства.

1.3. Методичні підходи до оцінювання експортної діяльності підприємства

Зважаючи на велику кількість факторів впливу на розвиток експортної діяльності підприємств, додаткового розгляду, на мою думку, потребують методичні аспекти планування та оцінки здійснення експортної діяльності при реалізації підприємством свого експортного потенціалу, а саме при формуванні експортного портфеля.

Багато науковців пропонують здійснювати дослідження резервів зростання потенційних можливостей підприємств для нарощення та розвитку експортної діяльності шляхом оцінки їх експортного потенціалу.

Автори пропонують використовувати узагальнюючий показник, що може бути розрахований як таксонометричний коефіцієнт розвитку багатовимірних об'єктів. Серед існуючих методологічних підходів, що стосуються дослідження розвитку експортної діяльності підприємства, цікавим є підхід Т.Бондаревої та А.Осадчук.

Дослідники наголошують, що ефективність господарської діяльності є однією з економічних категорій, яка виступає підґрунтям для відбору та реалізації альтернативних варіантів економічного розвитку підприємства, обумовлює доцільність реалізації інноваційно-інвестиційних проектів

створення нових видів продукції і послуг, розробки і впровадження нової техніки, впровадження заходів з удосконалення організації та управління виробництвом, поліпшення якості трудового життя персоналу та ін. [21, с.93].

Процес побудови й обчислення такого показника автори пропонують проводити за допомоги матриці вихідних даних, що містить позиції товарного асортименту з експортного портфеля підприємства та значення вибраних для аналізу показників, що певним чином відбивають стан ефективності експортних операцій. В ході аналізу відбувається формування відповідного вектора, що містить нормативні значення для кожного показника.

Для формування еталонного вектора автори використовують підхід, заснований на нормуванні за середньою величиною, якою виступає найкращий з наявних у вибірці показник. Відстані між окремими об'єктами й середнім значенням за всією розрахунковою системою приймаються рівними евклідовій відстані.

На думку авторів даного підходу, це дозволяє не тільки здійснювати порівняльну оцінку ефективності експортної діяльності, але й провести рейтингове ранжування видів продукції підприємства для встановлення доцільності здійснення з ними експортних операцій [23, с.101].

В основі розрахунку кінцевого показника оцінки підприємства лежить порівняння кожного з показників підприємства з показниками умовного еталонного підприємства, що має найкращі результати за всіма застосованими показниками.

С.Лук'янець з метою оцінки ефективності експортної діяльності підприємства пропонує застосовувати метод порівняльного багатовимірного аналізу (метод таксономії) для розрахунку таксономічного показника рівня експортної діяльності підприємства [41, с.184].

Слід зазначити, що в підході С.Лук'янець, так само як і в підходах Т.Бондаревої та А.Осадчук до оцінки експортної діяльності підприємств недостатньо уваги приділено врахуванню факторів, що впливають на експорт.

Н.Невская запропонувала методику оцінки експортного потенціалу промислових підприємств, яка враховує як результати анкетування, так і кількісну оцінку впливу факторів виробництва та реалізації продукції на зовнішніх ринках [46, с.12]. Дослідниця в своїй праці виявила ступінь впливу факторів формування та реалізації експортного потенціалу на основі анкетного опитування керівників промислових підприємств. На базі отриманих якісних показників розрахована кількісна величина експортного потенціалу досліджуваних підприємств на середньостроковий період. Оскільки, як зазначає вчена, експортний потенціал має динамічний та прогнозний характер, в основу його розрахунку вона заклала моделі екстраполяції на основі динаміки часових рядів та мультирегресійну модель.

Недоліком даних двох підходів, на мій погляд, є недостатнє врахування їх авторами впливу зовнішніх факторів на експортну діяльність підприємства. М.Швецовою запропоновано методичний підхід, що передбачає залежність форм і методів стимулювання експорту від складових експортного потенціалу підприємств [77, с.12]. Цей підхід передбачає використання як економічних, так і додатково стимулюючих методів та відповідних форм стимулювання і важелів впливу. Оцінювання експортного потенціалу запропоновано здійснювати з виділенням таких етапів: визначення мети оцінювання; виявлення найбільш вагомих складових перспективного експортного потенціалу; збір інформації щодо експортованої підприємством продукції на зарубіжних ринках; оцінювання експортного потенціалу підприємств за основними його складовими; формування інтегральної моделі шляхом об'єднання складових експортного потенціалу, враховуючи те, що всі вони є рівновагомими.

Е.Волкова розробила методологічний підхід до сукупної системної оцінки експортного потенціалу в залежності від тих напрямів підвищення ефективності експорту, які підприємство використовує в конкретний період часу на конкретному ринку [26, с.33]. Такий підхід базується на оцінці ефективності експорту з врахуванням дійових напрямів його підвищення, як: імпортозаміщення, міжнародної кооперації, брендингу, міжнародної

виставкової діяльності, міжнародних економічних місій, підприємництва в спеціальних економічних зонах.

П.Манін з метою всебічного обґрунтування та аналізу економічної ефективності експортної діяльності підприємства та виявлення конкретних резервів її підвищення пропонує застосовувати комплексний аналіз експортного потенціалу, що базується на системі взаємопов'язаних показників [9, с.15]. Вчений стверджує, що комплексний аналіз експортного потенціалу підприємства повинен враховувати не тільки експортну діяльність, а й аналіз всіх сфер діяльності підприємства, що хоча б якось пов'язані з експортом. Аналіз кожного елемента експортного потенціалу окремо від інших, вважає вчений, не дасть точного уявлення про резерви нарощення експортної діяльності підприємства. В якості узагальнюючого в системі показників дослідник пропонує використовувати інтегральний показник експортного потенціалу. На основі побудованого багатокутника розраховується коефіцієнт експортного потенціалу.

Ця методика передбачає проходження кількох етапів, зокрема виявлення основних елементів експортного потенціалу, визначення показників для їх оцінки та розрахунків даних показників, побудову радару експортного потенціалу та розрахунків його узагальнюючого показника.

Недоліком розглянутого методичного підходу вважаю обмеженість його застосування, оскільки проводиться оцінка експортного потенціалу підприємства на окремому ринку з окремим товаром.

Як видно з наведених методичних підходів, одним з ключових моментів у дослідженні експортної діяльності є визначення факторів впливу на ефективність реалізації експортного потенціалу. Головне завдання на етапі визначення факторів, на нашу думку, полягає у необхідності виділення тих груп факторів, які мають найбільший вплив на розвиток експортної діяльності підприємства.

На нашу думку, найбільш ефективним методом виявлення факторів, які мають суттєвий вплив на розвиток експортної діяльності підприємств, та до

якого схиляються багато дослідників [16, 19, 24, 27, 51, 52, 79], є метод експертних оцінок. Найчастіше для отримання експертних оцінок використовується анкетне опитування, яке має переваги над колективним обговоренням, оскільки в останньому випадку істотну роль відіграє думка авторитетів, до яких зазвичай приєднуються інші спеціалісти, що беруть участь у дослідженні, не висловлюючи при цьому власну думку.

Погоджуємось з дослідниками, що основна мета проведення експертних оцінок – прогнозування розвитку подій та явищ в майбутньому та оцінка їх в теперішньому часі, адже ідентифікація проблем формування та реалізації експортного потенціалу зумовлює розробку напрямів їх розв'язання.

А.Фатенок-Ткачук використала метод експертних оцінок із застосуванням безпосереднього оцінювання для виявлення факторів, що мають суттєвий вплив на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств [73, с.2].

О.Александрова розробила методику оцінки впливу факторів на розвиток експортної діяльності промислових підприємств [6, с.12]. Найперше дослідниця систематизувала фактори експортної діяльності підприємств, що дозволило розробити систему показників для подальшої оцінки впливу факторів на розвиток експортної діяльності підприємств.

Слушним є твердження А.Бондаренко, яка вважає, що ефективність діяльності підприємства характеризується визначеною кількістю показників, але на кожен такий показник впливає ціла система факторів [22, с.6]. Для проведення якісної оцінки ефективності експорту, вважає дослідниця, їх необхідно виявити та проаналізувати. Після виокремлення ключових факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ, які відразу розподіляють на позитивні та негативні, дослідниця звертається до методу експертних оцінок. Для того, щоб визначити значимість та ступінь впливу кожного окремого фактора на стан експорту, пропонується сформувати групу експертів та провести опитування (анкетування), запропонувавши оцінити за допомогою балів значущість та ступінь прояву фактора на підприємстві. В якості експертів запропоновано співробітників підприємства, що мають відношення до реалізації продукції за

межами країни. Окремо наголошується на необхідності врахування компетенції експертів, критеріями оцінки якої є стаж роботи, займана посада тощо.

Особливу увагу дослідниця звертає на узгодженість експертів та пропонує в якості міри узгодженості експертів використання коефіцієнта координації, наведеного в Додатку Б. Величина цього коефіцієнта коливається від 0 до 1 та означає, відповідно, повну відсутність узгодженості або її наявність [22, с.10]. В результаті обробки отриманих даних відбираються виділені експертами фактори, що найбільше впливають на ефективність експорту підприємства та ступінь прояву котрих на підприємстві є максимальним. В результаті оцінки факторів ефективності експорту А.Бондаренко пропонує розробляти напрями діяльності із зменшення негативного впливу виокремлених факторів шляхом реалізації потенційних можливостей, що виникають під дією факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ. Недоліком даного підходу є те, що він розроблений в результаті дослідження лише одного підприємства.

Заслуговує на увагу досвід використання методу експертного опитування з метою визначення групи факторів, що впливають на ефективність використання експортного потенціалу, К.Селезньовою [57, с.107]. Дослідниця для отримання експертних оцінок використовує анкетне опитування. Метод анкетного опитування полягає в тому, що експерту пропонується для заповнення анкети з переліком тез, що потребують оцінки та кожне з яких логічно пов'язане з центральним завданням дослідження.

Визначення факторів, які найбільше впливають на експортний потенціал підприємства, за допомогою експертних оцінок, К.Селезньовою пропонується здійснювати за такими етапами: формування цілей експертного опитування; підготовка анкети; визначення чисельності та складу експертів; опитування експертів; обробка й аналіз результатів експертного опитування, а саме визначення факторів, які найбільше впливають на експортний потенціал підприємства, аналіз впливу з допомогою математичного моделювання.

Для максимально об'єктивної та достовірної оцінки впливу усіх обраних експертами факторів та для можливості зробити відповідні висновки

дослідниця пропонує провести факторний аналіз. Основою факторного аналізу є побудова факторної моделі, в якій фактори повинні знаходитись в причинно-наслідкових зв'язках з досліджуваним показником. За такої умови, стверджує К.Селезньова, побудованій факторній системі можна дати економічну інтерпретацію, що сприяє проведенню аналізу та оцінки впливу кожного фактора на формування фінансових результатів підприємства [57, с.109].

Погоджуємось з твердженням О.Чайкової про те, що для того, щоб належним чином управляти розвитком експортної діяльності на підприємстві, необхідно визначити фактори, з допомогою яких можна оцінити результати цієї діяльності [76, с.183]. Дослідниця пропонує для оцінки факторів внутрішнього середовища, які слід враховувати при формуванні експортної стратегії підприємства, використовувати систему економічних показників, представлених у Додатку Б. На думку вченої, вивчення в динаміці показників результатів діяльності підприємства допомагає виявити основні тенденції зміни ефективності використання наявних ресурсів, тобто ефективність реалізації ресурсного потенціалу підприємства. Зіставлення темпів зростання, стверджує дослідниця, дозволить охарактеризувати зміну ефективності використання наявних ресурсів, ступеня реалізації потенційних можливостей підприємства.

Між розглянутими підходами існують розбіжності, пов'язані з обґрунтуванням складу та визначенням впливу специфічних факторів, дія яких виступає характерною особливістю, що відрізняє експортні операції від інших видів господарської діяльності підприємства. Майже в половині з розглянутих нами підходів, їх автори ключовим моментом успішного функціонування підприємства на зовнішньому ринку вбачають у ефективності такої діяльності. Ця категорія характеризується як ефективність експорту та вимірюється такими елементами, як продуктивність, рентабельність та результативність

У сучасній науковій літературі існують різні думки щодо класифікації показників, за допомогою яких можна визначити ефективність експортної діяльності. Так, А.М. Вічевич і О.В. Максимець вважають, що до показників ефективності належать: валютна ефективність експорту/імпорту; ефективність

експорту/імпорту; середня тривалість обороту експортної (імпортної) операції; коефіцієнт віддачі коштів від експортних/ імпортних операцій; ефективність експорту/ імпорту [8]. О.П. Гребельник ділить показники ефективності діяльності на дві великі групи. До першої групи дослідник зараховує показники, що характеризують абсолютну величину економічного ефекту і визначаються як різниця між результатом та витратами, а також порівняльні показники ефективності, які визначаються як відношення результату до витрат щодо варіанта зовнішньоекономічних контрактів. До другої групи входять показники, що характеризують доцільність участі підприємства в зовнішньоекономічних зв'язках підприємств: показники локальної ефективності, які розраховуються з використанням чинних внутрішніх цін; показники загальноекономічної ефективності, які розраховуються на підставі розрахункових цін [43].

Незважаючи на відмінності в поглядах щодо класифікації системи показників, більшість авторів дотримуються думки, що ефективність ЗЕД потрібно аналізувати окремо за напрямками такої діяльності, а потім визначати загальний ефект. Узагальнення сучасних поглядів щодо аналізу ефективності ЗЕД дало змогу розробити структурно-логічну схему визначення відповідних чинників, яка включає в себе три групи показників ефективності, а саме: – показники ефективності експорту; – показники ефективності імпорту; – показники ефективності ЗЕД.

Для визначення ефективності експортної діяльності підприємства необхідно знати його валютну ефективність. **Показник валютної ефективності** експорту ($E_{в.е.}$) (1.1) насамперед характеризує купівельну силу валюти, її курс.

$$E_{в.е} = \frac{\sum ЦВЕ_i * KE_i}{\sum BE_i * KE_i}, \quad (1.1)$$

де $ЦВЕ_i$ - валютна ціна i -го експортного товару;

KE_i - обсяг експорту i -го товару;

BE_i - витрати на виробництво та реалізацію одиниці i -го товару.

Слід зазначити, що сам по собі показник не свідчить про ефективність чи неефективність експорту і потребує порівняння одержаних значень із певною базою. Такою базою порівняння, як правило, є валютний курс. Якщо коефіцієнт валютної ефективності експорту перевищує значення зворотного курсу (долар поділено на гривню) обміну валюти, то ця діяльність вважається ефективною.

Показник **«ефективність експорту»** (E_e) (в економічній літературі також називається «ефективність експорту бюджетна») (1.2) :

$$E_e = ЧВ_e / В_{e.в.ц.}, \quad (1.2)$$

де $ЧВ_e$ - чиста виручка в іноземній валюті за реалізований товар, переведена у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

$В_{e.в.ц.}$ - вартість експорту у внутрішніх цінах.

Чиста виручка визначається шляхом віднімання від експортної виручки витрат, пов'язаних із митним оформленням, та додаткових витрат, яких зазнає експортер (витрати на оплату ліцензії, комісійні посередникові, транспортні, складські тощо). Позитивним вважається значення показника більше за одиницю і свідчить про те, що реалізація товарів на зовнішньому ринку буде вигідніша, ніж усередині країни.

Показник економічного ефекту експорту ($E_{e.e.}$) (1.3)

$$E_{e.e.} = ЧВ_e - ПВ_e, \quad (1.3)$$

де $ЧВ_e$ - чиста виручка в іноземній валюті за реалізований товар, переведена у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

$ПВ_e$ - сума повних витрат підприємства на експорт продукції.

За своєю сутністю цей показник є прибутком підприємства від експортної діяльності до оподаткування, відповідно, чим більше його значення, тим ефективніша експортна діяльність. Із метою визначення динаміки ефективності реалізації товарів у звітному періоді вищенаведені показники ефективності експорту слід порівняти з аналогічними показниками за минулий період.

Для визначення економічної ефективності експортної діяльності на рівні підприємства пропонуємо розраховувати **три показники економічної ефективності**:

Показник ($E_{ef.e.1}$) (1.4)

$$E_{ef.e.1} = ЧВ_e / ПВ_e, \quad (1.4)$$

де $ЧВ_e$ - чиста виручка в іноземній валюті за реалізований товар, переведена у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

$ПВ_e$ - сума повних витрат підприємства на експорт продукції.

Він демонструє суму гривневого доходу від реалізації експортних товарів, що припадає на кожну витрачену фірмою гривню. Припустимим є його значення, що перевищує 1.

Показник ($E_{ef.e.2}$) (1.5)

$$E_{ef.e.2} = В_{e.в.ц.} / СВ_e, \quad (1.5)$$

де $СВ_e$ - виробнича собівартість експортних товарів;

$В_{e.в.ц.}$ - вартість експорту у внутрішніх цінах.

Експорт відповідних товарів вигідний для підприємства за умови, що $E_{ef.e.1} > 1$, а також коли дохідність реалізації експортної продукції на зовнішньому ринку перевищує прибутковість реалізації цієї ж продукції на внутрішньому ринку – $E_{ef.e.1} > E_{ef.e.2}$.

Показник ($E_{ef.e.3}$) (1.6) слугує для визначення ефективності використання виробничих фондів під час експорту та розраховується як добуток коефіцієнта експортного чистого прибутку та коефіцієнта оборотності активів:

$$E_{ef.e.3} = \frac{ЧВ_e - ПВ_e}{ЧВ_e} * 100\% * \frac{ЧВ_e}{А_e}, \quad (1.6)$$

де $ЧВ_e$ - чиста виручка в іноземній валюті за реалізований товар, переведена у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

$ПВ_e$ - сума повних витрат підприємства на експорт продукції;

A_e – коефіцієнт оборотності активів.

Даний показник свідчить про рівень ефективності використання активів, причому перша частина формули вказує, який саме відсоток від результатів експорту підприємства становить прибуток від експорту, а друга частина формули визначає, скільки разів за досліджуваний період зміг обернутись авансований на експорт капітал. Таким чином, чим більші обидві частини формули, тим більше значення показника і вигідніший експорт цих товарів.

Необхідним вважаємо врахування дії специфічних факторів, вплив яких відрізняє експортну діяльність підприємства від господарської діяльності на внутрішньому ринку. Слід зазначити, що зміст показників, що залучаються для оцінки, у кожному конкретному випадку повинен визначатися залежно від розмірів, галузевої приналежності підприємства, територіального розташування та інших параметрів.

У результаті дослідження узагальнено методичні підходи до оцінки показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності, які показали, що в науковій літературі та в практиці управління зовнішньоекономічною діяльністю не існує єдиного методу їх визначення, що не сприяє формуванню достовірного та оперативного інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень у системі зовнішньоекономічної діяльності. Для подолання цього недоліку насамперед розрахунок показників ефективності ЕД повинен базуватися на таких методичних положеннях:

- 1) усебічний облік усіх складових елементів витрат та результатів ЕД у документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку;
- 2) зведення витрат і результатів для зіставлення до однакових кількісних одиниць виміру та виключення дублювання даних;
- 3) дисконтування різних за терміном витрат, доходів та результатів ЕД;
- 4) зіставлення даних поточного періоду з даними базового періоду для оцінювання поточного стану зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання та опрацювання пропозицій щодо поліпшення ситуації, яка склалася в періоді, що аналізується.

Висновки до розділу 1

1. На нашу думку, експортна діяльність підприємства - це комплекс заходів, спрямованих на організацію дієвої та результативної збутової мережі з метою підвищення ефективності експорту продукції, що допомагає фірмі підвищити свою репутацію та займати провідну позицію на зовнішньому ринку. Для формування ефективного експорту необхідно забезпечити міцний взаємозв'язок з покупцями (завоювати довіру на іноземному ринку та стабільно її підтримувати). Також слід підвищувати рівень кваліфікації персоналу, який володітиме відповідними знаннями, досвідом та умінням пристосуватись до різноманітних ситуацій.

2. На експорт впливає велика кількість різних факторів, на нашу думку, ключовими факторами є , управління, яке забезпечує ефективну реалізацію експортного потенціалу підприємства: конкурентоспроможність продукції, можливість виробництва експортного асортименту в необхідних кількостях, якість збуту, характер застосовуваних комунікацій

3. Оцінка економічної ефективності експортних операцій, на нашу думку, повинна базуватись, на комплексному підході. Визначення економічної ефективності досліджуваних суб'єктів господарювання ставить за мету шляхом порівняння можливих варіантів співробітництва із закордонними партнерами сприяти удосконаленню структури експорту, його ефекту і ефективності, оптимізації зовнішньоекономічної діяльності і забезпеченню на цій підставі високоприбуткової роботи підприємства.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТУ ПАТ «НВП БІЛЬШОВИК»

2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «НВП БІЛЬШОВИК»

ПАТ «НВП Більшовик» був заснований у червні 1883 року як "Київський ливарний і механічний завод", перейменований в 1888 році в «Акціонерне товариство Гретера, Криванека і Ко ». Підприємство займалося виготовленням обладнання для цукрових заводів, зерноскладів та залізниць. На початку ХХ століття воно стало одним з найбільших заводів у Києві.

У 1922 р. завод одержав нову назву "Більшовик" і почав випускати обладнання для хімічної та полімерної промисловості. У період з 1950-х до 1980-х рр. Відбувся значний розвиток та технічна модернізація заводу. Тоді компанія освоїла виробництво нових видів обладнання, багато з яких були унікальними або першими у світі. З 1980-х років "Більшовик" виготовляв устаткування для шинних та кабельних заводів, хімкомбінатів, заводів гумотехнічних виробів, та заводів з переробки пластмас.

На початку ХХІ століття компанія збільшила обсяги виробництва та розширила свою спеціалізацію. «Більшовик» експортував свою продукцію до країн Східної Європи, США, Франції, Італії, Данії, Швеції, Норвегії, Великобританії, Німеччини, Індії, Шрі-Ланки, Китаю, В'єтнаму, Сінгапуру та інших країн. Зараз ПАТ «НВП Більшовик» позиціонує себе як єдиний універсальний машинобудівний комплекс з повним циклом виробництва у Києві. Використовуються прогресивні технологічні процеси, включаючи плавлення плазми, фігурне різання, локальне термічне посилення, плавлення лазерним променем тощо. Всі ці технологічні можливості та інтелектуальний потенціал спрямовані на виготовлення широкого асортименту продукції. Завод, який був найпотужнішим виробником у 80-х та 90-х роках у СРСР за останні 5 років крок за кроком намагається вийти із кризи та боргів.

Підприємство пропонує своїм клієнтам послуги з виробництва обладнання для хімічної, гумової та нафтопереробної, транспортної, будівельної, металургійної, гірничодобувної, енергетичної та сільськогосподарської промисловості. Сьогодні підприємство високо зосереджено на великій кількості комплектуючих виробничих ліній та окремих машин, включаючи всі види обробних машин: гумових змішувачів, змішувальних верстатів, екструдерів, каландрів, ліній для переробки шин, вулканізаторів шліфувальних верстатів та різноманітних запасних частин. Підприємство повністю належить Фонду державного майна України.

Проаналізуємо фінансово-господарську діяльність підприємства в табл. 2.1 за період 2013-2017 рр., використовуючи Баланс (Звіт про фінансовий стан) та Звіт про фінансові результати підприємства (додаток А).

Таблиця 2.1

**Динаміка фінансових результатів ПАТ «НВП Більшовик» у 2013- 2017
рр., тис. грн**

Показник	На 31.12.13	На 31.12.14	На 31.12.15	На 31.12.16	На 31.12.17	Абсолютне відхилення 2017/ 2013	Відносне відхилення 2017/ 2013
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	42 271	49 579	35 704	41 379	59 277	17 006	140,23
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-60113	-54228	-12 370	-17 046	-20 096	40 017	33,43
Валовий прибуток	- 1 588	-4649	23 334	24333	29 181	30 769	1837,59
Інші операційні доходи	865	3690	2 156	2 180	2693	1 828	311,33
Витрати на збут	-195	-731	-280	-465	-62	133	31,79
Адміністративні витрати	-15078	-17571	-23 149	-62 840	-65 901	-50 823	437,07
Інші операційні витрати	-4169	-9078	-6 693	-9650	-4494	-325	107,80
Операційний збиток	-20165	-28339	-4632	-46442	-28583	-8418	141,75
Фінансові витрати	-355	-	-1961	-6831	-6621	-6266	1865,07
Фінансовий дохід	-	-	-	-	-	-	-
Збиток до оподаткування	-20509	-28339	-6250	-53186	-35042	-14533	170,86
Податок на прибуток	-	-	-	-	-	-	-
Чистий збиток	-20509	-28339	-6250	-53186	-35042	-14533	170,86

Джерело: розраховано автором за [Додаток А]

В період, що аналізується, в ПАТ «НВП Більшовик» відбувається коливання чистого доходу від реалізації продукції, але в підсумку в 2017 році порівняно з 2013 чистий дохід зріс на 17 006 грн, або на +40,23%, що є дуже позитивним результатом.

Доцільно буде відзначити покращення фінансових результатів у 2015 році. Незважаючи на зменшення чистого доходу від реалізації продукції, значно зменшився операційний та чистий збиток на 15 533 грн та 14 259 грн відповідно (порівняно з 2013 р.).

Валовий прибуток компанії у 2015 році досяг 23 334 грн, це є хороший показник порівняно з 2013 і 2014 роками, які були збитковими. Протягом 2016-2017 рр. валовий прибуток збільшувався помірними темпами. У 2017 році валовий прибуток компанії становить 29 181 грн, спостерігається його зростання на 30 769 грн або +837,59 % порівняно з 2013 роком, що є позитивною тенденцією.

У 2013-2017 рр. операційний збиток компанії також коливався, а в підсумку збільшився, що є негативним показником для діяльності компанії. У 2017 році порівняно з 2013 збиток збільшився на 8418 грн або на 41,75%. Окрім цього, зменшення експортних продажів в загальній структурі доходу призвело до зменшення загальної кількості замовлень та зниження репутації, що, як наслідок, знизило рентабельність.

Чистий збиток компанії у 2017 році склав – 35 042 грн і зменшився на 18 144 грн порівняно з попереднім роком, що є відносно позитивним результатом. Однак, у 2017 році спостерігається збільшення чистого збитку на 14 533 грн в порівнянні з 2013 роком (+70, 86 %), що є негативно, якщо брати до уваги всю діяльність компанії за останні 5 досліджуваних років.

На нашу думку, таке коливання фінансових результатів та повільний вихід із кризи спричинено дуже багатьма факторами. Основними є застаріле технічне забезпечення, некваліфіковані кадри, несприятлива ситуація в країні, значне зменшення обсягів експорту.

Проаналізуємо показники платоспроможності підприємства, що представлені у табл. 2.2:

Таблиця 2.2.

Аналіз показників платоспроможності ПАТ «НВП Більшовик»

Показники	Рік					Нормативне значення
	На 31.12.13	На 31.12.14	На 31.12.15	На 31.12.16	На 31.12.17	
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	2,3	1,87	1,61	1,01	0,55	>1
Коефіцієнт фінансування	0,7	0,65	0,62	0,5	0,35	0,6 - 0,8
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-2,18	-1,9	-1,5	-1,81	-2,32	>0 зменшення
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,23	-0,26	-0,27	-0,39	-0,56	>0 зменшення

Джерело: розраховано автором за [Додаток А]

Показник автономії - один з найбільш важливих коефіцієнтів фінансової стійкості. Він розраховується як співвідношення власного капіталу компанії до всіх фінансових ресурсів. Значення показника говорить про те, яку частину своїх активів компанія здатна профінансувати за рахунок власних фінансових ресурсів. Коефіцієнт платоспроможності (автономії) з кожним роком зменшувався, у 2017 році становив 0,55. Отже, станом на 2017 рік ПАТ «НВП Більшовик» здатне профінансувати 55% активів за рахунок власного капіталу.

Коефіцієнт фінансування (фінансова стабільність) характеризує залежність підприємства від позикових коштів. Коефіцієнт фінансування мав тенденцію до постійного суттєвого зниження (на 100% в 2017 році порівняно з 2013 роком). Це означає, що приток капіталу зменшився, а також зменшилась частка власного капіталу.

Коефіцієнт забезпечення власним оборотним капіталом показує безпеку власних оборотних активів підприємства. Це співвідношення має негативне значення і має тенденцію до зростання протягом останніх досліджуваних років. Це, очевидно, означає, що підприємство має дефіцит поточних активів.

Індикатор маневреності капіталу (коефіцієнт гнучкості) показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, тобто, яку частину інвестовано в обіговий капітал, а також яку частину капіталізовано. Цей показник за 2013-2017 роки зменшився на 0,33 або 59%, що можна пояснити скороченням частини власного капіталу, яка була інвестована у оборотний. Проаналізуємо показники ліквідності підприємства, які представлені у табл. 2.3):

Таблиця 2.3

Аналіз показників ліквідності ПАТ «НВП Більшовик»

Назва показника	На 31.12.13	На 31.12.14	На 31.12.15	На 31.12.16	На 31.12.17	Абсолютне відхилення 2013-2017	Нормативн е значення
Коефіцієнт покриття	2,95	2,79	2,45	1,71	1,42	-1,53	>1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	2,73	2,54	2,14	1,46	1,19	-1,54	0,6 - 0,8 і вище
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0036	0,0004	0,0003	0,0001	0,0008	-0,0028	0,1-0,2
Чистий оборотний капітал, млн. грн	218223	214906	204237	143004	103587	-114636	>0 зменшення

Джерело: розраховано автором за [Додаток А]

Коефіцієнт покриття > 1 , що свідчить про здатність ПАТ «НВП Більшовик» сплачувати свої поточні зобов'язання, коефіцієнт зменшується з кожним роком, демонструючи негативну тенденцію. У 2017 порівняно з 2013 він зменшився на 1,53, що вказує на погіршення фінансового стану підприємства.

Коефіцієнт швидкої ліквідності підприємства більший за нормативне значення, отже в компанії досить ліквідних оборотних коштів для своєчасного розрахунку за зобов'язаннями. З 2013 до 2017 – показник зменшився, що означає зменшення кількості ліквідних оборотних коштів у підприємства, знову ж таки спостерігається негативна тенденція показника (у 2017 році порівняно з 2013 зменшився на 1,54). Коефіцієнт абсолютної ліквідності $< 0,1$, що свідчить про те, що компанія не зможе вчасно погасити борги у випадку,

якщо термін платежів настане незабаром. Порівняно з 2013 роком, у 2017 р. - зменшився на 0,027, демонструючи негативну тенденцію.

Чистий оборотний капітал (ЧОК) характеризує величину оборотного капіталу, вільного від короткострокових фінансових зобов'язань, а саме ту частку обігових коштів, що профінансована із довгострокових джерел і яку не потрібно використовувати для погашення поточного боргу. Чистий оборотний капітал на заводі має додатне значення, тобто підприємство спроможне оплатити за рахунок оборотних активів свої короткострокові фінансові зобов'язання. Зменшення величини ЧОК у динаміці засвідчує про зниження ліквідності суб'єкту господарювання і зменшення його кредитоспроможності, що і демонструє динаміка роботи заводу 2013-2017 рр. У 2017 році порівняно з 2013, величина ЧОК зменшилась на 114636 грн (у 2,1 разів). Проаналізуємо показники ділової активності заводу, що наведено у табл. 2.4:

Таблиця 2.4

Аналіз показників ділової активності ПАТ «НВП Більшовик»

Показники	Рік					Нормативне значення
	На 31.12.13	На 31.12.14	На 31.12.15	На 31.12.16	На 31.12.17	
Коефіцієнт оборотності активів	0,13	0,15	0,11	0,12	0,17	збільшення
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,44	0,47	0,09	0,1	0,09	збільшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	5,81	5,07	2,75	3,61	5,29	збільшення
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	816,56	770,34	3796,57	3626,83	4041,77	зменшення
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	61,91	70,98	131	99,63	68,07	зменшення
Коефіцієнт товарообігу товарно-матеріальних цінностей	2,11	2	0,33	0,36	0,38	збільшення
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	0,15	0,18	0,13	0,15	0,22	збільшення
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,18	0,23	0,17	0,24	0,48	збільшення

Джерело: розраховано автором за [Додаток А]

Коефіцієнт оборотності активів характеризує ефективність використання підприємства та всі наявні ресурси, незалежно від джерел їх формування. Значення показника говорить про те, скільки товарів і послуг продано за досліджуваний період на кожну гривню використаних активів. Показники обороту активів мали тенденцію до невеликих коливань, зменшуючись у 2015 році (у порівнянні з 2014) на 0,04, а максимальне збільшення в 2017 році - на 0,05 в порівнянні з 2016 роком. Збільшення коефіцієнта є позитивною тенденцією, але загалом показник носить негативний характер, адже на кожну гривню залучених коштів було надано послуг на суму 0,17 грн, що відображає збитковість діяльності підприємства.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості показує швидкість оборотності кредиторської заборгованості за аналізований період, розширення або зменшення комерційного кредиту, наданого підприємству. Для періоду 2013-2017 років цей коефіцієнт має тенденцію до зменшення (крім збільшення у 2014 та 2016 роках) і є дуже низьким.

Швидкість оборотності дебіторської заборгованості відображає швидкість обертання дебіторської заборгованості підприємства за аналізований період, розширення або зменшення комерційного кредиту, наданого підприємством. У період 2013-2017 рр. цей показник мав змінний характер: його тенденція була до зменшення на 0,74 і 2,32 у 2014 і 2015 роках відповідно, а потім - на 0,86 та 1,68 у 2016 та 2017 роках. Збільшення значення коефіцієнта є позитивною тенденцією та вказує на те, що завод отримує більше грошей від боржників.

Термін погашення дебіторської та кредиторської заборгованості показує середній період (у днях) до завершення цього процесу. За весь спостережуваний період, термін погашення дебіторської заборгованості був значно меншим, ніж дата погашення кредиторської заборгованості (більш ніж у 10 разів). У стабільних підприємствах цей факт може означати, що підприємству вдасться отримати платіж від боржників та погасити ним кредиторську заборгованість. Незважаючи на позитивну тенденцію періоду скорочення дебіторської заборгованості протягом 2016-2017 років, період

кредиторської заборгованості продовжує зростати і становить 4041,77 дні в 2017 році (на 10,27% більше у порівнянні з 2016 р. та на 80% більше у порівнянні з 2013 роком), що свідчить про затримання підприємством виплат зобов'язань своїм кредиторам.

Коефіцієнт товарообігу товарно-матеріальних цінностей характеризує швидкість продажу матеріальних запасів у діяльності підприємства. Коефіцієнт обігу запасів підприємства перевищив одиницю у 2013 та 2014 роках, а потім швидко скоротився в середньому на 5,5 разів протягом 2015-2017 років. Незважаючи на позитивну динаміку цього співвідношення, все ж це свідчить про повільний процес реалізації інвентаризації підприємства та падіння попиту на товари та послуги.

Коефіцієнт обороту основних засобів (прибутковості капіталу), який також згадувався раніше в даному пункті, показує ефективність використання основних засобів підприємства. Це співвідношення має змінювану динаміку, причому максимальне падіння у 2015 році - 0,13, а максимальне зростання в 2017 році - 0,22. Проте індикатор залишається низьким, що свідчить про старіння машин та обладнання підприємства.

Коефіцієнт оборотності акцій показує ефективність використання власного капіталу на підприємстві. Коефіцієнт збільшився протягом останніх років майже в 1,5-2 рази і становив 0,48 в 2017 році. Індикатор не високий, що означає, що завод використовує свій власний капітал недостатньо ефективно.

Наступна група коефіцієнтів, які слід аналізувати, - це показники рентабельності. Для коефіцієнтів прибутковості немає нормативного значення, але є загальне правило, чим вище значення коефіцієнта, тим краще. Збільшення коефіцієнта протягом звітного періоду свідчить про поліпшення результатів діяльності підприємства. Аналіз коефіцієнтів рентабельності представлено у Табл. 2.5.

Співвідношення рентабельності активів характеризує ефективність використання активів у діяльності підприємства. Таким чином, ми чітко

бачимо, що прибуток, отриманий на одиницю активів на 2013-2017 рр., зменшився на 0,004.

Таблиця 2.5

Аналіз коефіцієнтів рентабельності ПАТ «НВП Більшовик»

Показники	Рік					Нормативне значення
	На 31.12.13	На 31.12.14	На 31.12.15	На 31.12.16	На 31.12.17	
Рентабельність активів	-0,06	-0,09	-0,02	-0,15	-0,1	>0 збільшення
Рентабельність власного капіталу	-0,09	-0,13	-0,03	-0,31	-0,28	>0 збільшення
Рентабельність бізнесу	-0,49	-0,57	-0,18	-1,29	-0,59	>0 збільшення
Рентабельність продукції	-0,47	-0,52	-0,51	-3,12	-1,74	>0 збільшення

Джерело: розраховано автором за [Додаток А]

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу описує ефективність інвестування в підприємство. Прибуток, отриманий підприємством з кожної гривні власного капіталу в 2013-2017 роках, зменшився на 0,19.

Коефіцієнт рентабельності діяльності (рентабельність бізнесу) характеризує ефективність економічної діяльності підприємства. Коефіцієнт рентабельності збільшився в період аналізу, зменшився на 0,11. Негативний зміст даного показника свідчить про зниження ефективності використання економічної активності підприємства.

Коефіцієнт рентабельності продукції характеризує рентабельність господарської діяльності підприємства серед основної діяльності. Коефіцієнт прибутковості на 2013-2017 рр. Скоротився на 1,28, тобто підприємство не має достатнього контролю над виробничими витратами на виробництво та реалізацію, і таким чином отримує дефіцит чистого прибутку. Для коефіцієнтів рентабельності немає нормативного значення, але є загальне правило, чим вище значення коефіцієнта, тим краще. Збільшення коефіцієнта протягом звітного періоду свідчить про поліпшення результатів діяльності підприємства.

Основними причинами зниження рентабельності в період з 2013 по 2017 рр. були:

- поступове зростання цін на сировину в доларовому вираженні [12];

- зменшення експортних продажів компанії, що призвело до збільшення різного виду затрат;
- несприятлива політична та економічна ситуація в країні;
- застаріле обладнання та устаткування;
- низький рівень інноваційності технологій та продукції;
- невідповідність світовим та європейським стандартам якості виробництва;
- низько кваліфіковані кадри;
- зниження операційних доходів та зростання операційних витрат.

2.2. Діагностика зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Сектор машинобудування є важливою галуззю внесок якої до валової доданої вартості у переробній промисловості становить 25% і, в свою чергу, біля 3,5% до валового внутрішнього продукту України. Він складається з шести підгалузей. 51% продукції виробляється трьома підгалуззями, пов'язаними з сектором транспорту, а саме залізничним, авіаційним/суднобудівним та автотранспортним машинобудуванням. Виробництво машин та устаткування загального призначення, а також виробництво електричного устаткування також є відносно великими підгалуззями машинобудування, внесок яких до загального випуску сектору машинобудування становить 27% та 16% відповідно. На сьогоднішній день сектор машинобудування стикнувся із рядом проблем, перш за все через геополітичні зміни в зовнішньому середовищі. Також існує ще безліч зовнішніх факторів, які мають негативний вплив на машинобудування та потребують дослідження.

Сектор машинобудування в Україні та ПАТ «НВП Більшовик» зокрема, стикається нині з важкою ситуацією, оскільки є найбільш залежним від російського ринку з точки зору розміру частки експорту в РФ. Крім того факту, що значна частина виробничих потужностей машинобудування знаходиться у

східних областях України, які в даний час переживають політичні та воєнні потрясіння, також існує чітко виражений ризик великих втрат.

Через те, що російський ринок є важливим для сектору машинобудування України, втрата доступу до нього має серйозні наслідки для цього сектору, на який безпосередньо припало 3,5% від ВВП та 5,5% від загального рівня зайнятості в Україні у 2016 р. За відсутності деякого державного втручання, раптова втрата доступу на ринки призвела до надмірного розтягнення в часі адаптації потенціалу фірм і створила загрозу для майбутнього розвитку великої частини компаній, робочих місць та економічного потенціалу сектору [19, с.37].

За підсумками 2016 р. індекс виробництва продукції машинобудування впав на 21,3% у порівнянні із 2015 р. [74.с.15]. Машинобудування є однією з лідируючих галузей України, чия економіка експортноорієнтована. Воно займає до 17–20% у структурі експорту. Аналізуючи статистичні дані, можна зробити висновки, що машинобудівна галузь України є експортноорієнтованою і близько 12–13 копійок з кожної гривні, одержаної в Україні, можливо було б отримувати завдяки експорту машинобудівної продукції до Російської Федерації. І даний механізм цілком реальний, якби Росія була просто ринком для українських товарів з низьким рівнем доданої вартості. У реальності це не так. Протягом 23 років між Україною та Росією було укладено безліч торговельних угод та угод про співробітництво, але, не дивлячись на договори, Росія періодично вводить заборони на ввіз української продукції, порушуючи дані угоди [71,с.330]. Враховуючи останні події на сході України та макроекономічні показники Росії, українським підприємствам не слід розраховувати на російський ринок.

Провідні галузі України – машинобудування та гірничо-металургійний комплекс – досі в кризі. Хоча і залишаються бюджетоутворюючими. 16 вересня 2014 р. Європейський парламент ратифікував Угоду про асоціацію між Україною і Європейським Союзом синхронно з Верховною Радою України. Станом на 11 серпня 2015 р. 23 сторони повідомили Раду ЄС про ратифікацію. З 1 листопада 2014 р. вступило в силу тимчасове застосування Угоди про

асоціацію. Це розділи договору про безпеку, юстицію, боротьбу проти шахрайства, гармонізацію стандартів, ряд протоколів та ін. Тобто всі розділи крім IV, який стосується Зони вільної торгівлі, яка була відкладена до 1 січня 2016 р. Однією з особливостей є те, що ЄС продовжив режим автономних преференцій України до 31 грудня 2015 р. Такі преференції дозволяють відмінити мита на українські товари в країнах ЄС, натомість для Євросоюзу зберігаються старі митні правила. Однак досвід країн, які нещодавно вступили в об'єднану Європу, показує, що саме галузі важкої промисловості виявилися найбільш уразливими в нових європейських умовах. Якщо перейти до ВВП, то вся переробна промисловість України займає десь до 15%, з них близько 5% займає машинобудування. Цифри коливаються залежно від доданої вартості [71,с.333].

В країнах колишнього СРСР машинобудування менш розвинене. У ЄС на машинобудування припадає близько 36% експорту, якщо брати середній показник по країнах Євросоюзу. Якщо брати приклади тих країн, які асоціювалися з ЄС, після вступу в них частка машинобудування починала зростати, як, наприклад, у Словаччині, де після підписання договору про асоціацію почали будуватись заводи провідних автомобільних корпорацій і автомобілебудування стало провідною галуззю машинобудування [75, с.14].

Урізноманітнення товарної структури експорту, підписання Угоди про асоціацію та ЗВТ із ЄС, але ще більше втрата частини експортних потужностей на Донбасі й посилення торговельних обмежень Росії на українські товари створили всі умови для порівняно безболісного відходу України з пострадянського ринку збуту. В Україні високотехнологічні галузі нерозвинені, тому домінує тип промисловості з меншою доданою вартістю, зокрема, металургія. У той же час є достатньо підгалузей машинобудування, які займають передові позиції у світі: космічне машинобудування (ДП «Південмаш»), енергетичне машинобудування (ВАТ «Турбоатом», ПАТ «Квазар»), авіабудування (ДП «Антонов», ПАТ «Мотор Січ»). У цьому напрямку існує можливість розвитку українського промислового

машинобудування (ПАТ «НВП Більшовик») при умові отримання додаткових інвестицій з ЄС. А зараз продукція вітчизняного машинобудування в основному експортується в країни СНД. Близько 69% продукції йде в країни колишнього СРСР. У країни ЄС експортується 20% нашої машинобудівної продукції. І в нашому експорті – з усього спектру продукції машинобудування – домінує продукція, в якій доданої вартості відносно менше.

До країн Європи Україна експортує комплектуючі для автомобілів. Для європейських брендів уже йдуть поставки в Угорщину, Польщу і Німеччину. Той же Volkswagen завозить електричне обладнання – оснащення для автомобілів, свічки, дроти на суму близько 700 мільйонів доларів на рік. До Європи також поставляються судна. Але зазвичай українським підприємствам дістається робота менш «технічно підкована», з меншою доданою вартістю. Тобто можуть поставлятися корпуси, внутрішня мінімальна обробка, а начинку вже додають у Європі. А якщо говорити про те, чого б вітчизняне машинобудування могло виробляти більше для ЄС, то це продукція машинобудування з більш низькою доданою вартістю – на першому етапі, принаймні [37, с.38]. Виходу вітчизняної продукції на ринки ЄС на даному етапі заважає різниця в стандартах – як за якістю, так і за технічними характеристиками, але Асоціація з ЄС передбачала період захисту для українського виробництва. Наприклад, у галузі автопрому передбачається період у десять років, протягом яких поступово знімаються мита і, відповідно, всі обмеження і захист. Україна отримала період, щоб мати можливість захистити свій сектор машинобудування, щоб він став конкурентоспроможним на той момент, коли всі перепони будуть зняті.

Складність сучасних технологій потребує концентрації фінансового й інтелектуального капіталу, тому розробка та виробництво сучасного наукомісткого продукту перейшли національні кордони та привели до створення транснаціональних корпорацій. На цьому етапі для українських підприємств зокрема для ПАТ «НВП Більшовик» важливо створити такі виробничі науково-технічні структури, які були б здатні увійти до конфігурації

міжнародних виробничих зв'язків. Для цього необхідно виділяти кошти на наукові дослідження на рівні 2–3% ВВП, як це і роблять економічно розвинені країни [40, с.130].

Для того щоб узагальнити фактори зовнішнього середовища, що впливають на діяльність ПАТ «НВП Більшовик», скористаємося PEST-аналізом (табл. 2.5), за результатами якого можна зробити ряд висновків. Він призначений для виявлення політичних (Policy), економічних (Economy), соціальних (Society) і технологічних (Technology) аспектів зовнішнього середовища, що можуть вплинути на стратегію розвитку машинобудування.

Таблиця 2.6.

PEST-аналіз зовнішнього середовища ПАТ «НВП Більшовик»

Політичні фактори	Економічні фактори
- понад 95% діючих підприємств машинобудування є приватизованими, що виключає можливість державного регулювання їх діяльності; - необхідність додержання норм у законодавчій і діяльності щодо експорту-імпорту машинобудівної продукції; - політизація суспільства; - недовіра суспільства до влади та її органів; - в зв'язку із політичним протистоянням можливість введення економічних санкцій по відношенню до машинобудівних підприємств України.	- призупинення темпів зростання ВВП; - збільшення фінансово неспроможних підприємств в галузі машинобудування; - недостатня ефективність державного управління і регуляторного контролю; - несприятливе бізнес-середовище; - ускладнений режим сплати податків; - недостатня енергоефективність та екологічність виробництва; - низькі темпи формування капіталів; - низький рівень розвитку кластерів; - недостатній рівень конкуренції на внутрішньому ринку.
Соціальні фактори	Технологічні фактори
- скорочення чисельності фахівців і робітників на досліджуваних підприємствах; - низька мотивація праці працівників; - нестача кадрів інженерної спеціальності і, як наслідок, її низької престижності; - ЗМІ не приділяють достатньої уваги проблемам машинобудування і сучасним прогресивним принципам діяльності підприємств; - низька престижність праці у виробничій сфері; - значний розрив між рівнем заробітної плати і рівнем потреб працівника; - відтік кваліфікованих кадрів закордон.	- Україна не є лідером у передових наукових напрямках машинобудування (за показником Глобального індексу інновацій у 2017 р. Україна посідає 43 місце серед 142 країн); - продукція, що випускається, у більшості випадків є новою не для ринків, а для підприємства (співвідношення зберігається на рівні 21:79); - незначна частка машинобудівних підприємств, які створюють і використовують передові технології; - значний термін упровадження нових технологій (60% передових технологій мають термін впровадження від 4 до 10 р. і більше); - залежність від постачань вузлів, деталей та комплектуючих з інших країн.

Джерело: Розроблено автором на основі: [56, 61-70, 71, 74]

З чинних політичних факторів впливає, що бюджетні засоби на реалізацію інноваційних і антикризових стратегій є обмеженими, можливості законодавчого, митного та іншого регулювання також обмежено рамками норм СОТ, існуюче протистояння між урядом України та Росії створює додаткові обмеження на формування сприятливого інвестиційного середовища.

З виділених економічних факторів впливає, що для розвитку внутрішнього ринку необхідно поліпшити умови бізнес-середовища шляхом підвищення ефективності державного управління і регуляторного контролю та створення умов для підвищення інвестиційної привабливості галузі.

З визначених технологічних факторів впливає, що потрібно активізувати інноваційні процеси на підприємствах, підвищити рівень створення та використання нових технологій, оцінити інноваційні можливості машинобудівних підприємств та розробити на цій основі заходи з підвищення їх інноваційної активності.

З чинних соціальних факторів впливає, що потрібно підняти статус діючих машинобудівних підприємств, підвищити рівень заробітної плати і тим самим сформувати умови для забезпечення інноваційного машинобудування висококваліфікованими кадрами.

Для того щоб узагальнити чинники та, що впливають на діяльність ПАТ «НВП Більшовик», скористаємося SWOT-аналізом. SWOT-аналіз призначений для виявлення сильних (Strengths), слабких (Weaknesses) сторін; можливостей (Opportunities) і загроз (Threats) для потенціалу розвитку машинобудування України та ПАТ «НВП Більшовик», зокрема, є зручним інструментом структурного опису стратегічних характеристик ринкового середовища і галузі машинобудування.

Оцінка сильних і слабких властивостей галузі стосовно можливостей і погроз зовнішнього ринкового середовища дає можливість визначити стратегічні перспективи галузі та підприємства і можливі шляхи їх реалізації (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

SWOT-аналіз ПАТ «НВП Більшовик»*

Сильні сторони	Можливості в зовнішньому ринковому середовищі
1	2
1. Існування підприємств, які випускають унікальну продукцію, що користується попитом. 2. Висока частка експорту інноваційної продукції. 3. Високий науково-дослідний потенціал.	1. Зростання попиту на інноваційну продукцію в країнах імпорту. 2. Можливість поживлення внутрішнього ринку України. 3. Поступове відкриття нових ринків, таких як Індія, Китай, ЄС, країни Латинської Америки.
4. Існування глибоких традицій та значний досвід роботи на ринку. 5. Наявність налагоджених взаємозв'язків у сфері технологічного співробітництва. 6. Наявність вітчизняних запасів сировини. 7. Дешева робоча сила. 8. Близькість до ємних ринків Європи. 9. Більш дешева, але якісна продукція.	4. Збільшення доходів у країнах, що розвиваються. 5. Використання потенціалу машинобудівних підприємств щодо створення та використання передових технологій. 6. Зростання транспортних потоків.

Слабкі сторони	Загрози зовнішнього ринкового середовища
1. Низький рівень концентрації виробництва, перш за все, у наукоємних галузях великих організаційних структур. 2. Недостатня реалізація потенціалу спільного виробництва товарів з іноземними партнерами. 3. Нерозвиненість великих комплексних центрів машинобудування з повним циклом робіт: НДІДКР, випробувальних, виробничих робіт, супроводження машин, їхнього ремонту тощо. 4. Наявність кадрових проблем. 5. Неефективне виконання окремих цільових програм розвитку машинобудування, недостатні обсяги їхнього фінансування з держбюджету. 6. Відсутність платоспроможного попиту на інноваційну продукцію машинобудування.	1. Зростання світової фінансової кризи. 2. Зростання конкуренції на ринках СНД не на користь України, активна діяльність ключових конкурентів: Європа, Китай, Індія, Японія, Південно-Східна Азія. 3. Відсутність або недостатність державних заходів для розвитку машинобудівних підприємств. 4. Відсутність стабільного фінансування урядових програм. 5. Нестабільність курсів світових валют. 6. Зростання цін на продукти і послуги природних монополій. 7. Випереджальний інноваційний розвиток високорозвинених країн інноваційних економік.

Джерело: Розроблено автором на основі: [56, 61-70, 71, 74]

Виходячи із отриманих результатів по двом проведеним аналізам, можна чітко визначити, що на даному етапі найбільший вплив на машинобудування мають політичні фактори, перш за все військові дії на сході України, що спричинили значне зниження обсягів виробництва за винятком оборонного

комплексу, де значно зросла кількість та обсяги державних замовлень. Для зміни даної ситуації необхідно пришвидшити процеси євроінтеграції та переорієнтації підприємств на виробництво високотехнологічної продукції для потреб європейських ринків.

Також слід звернути увагу на інші фактори зовнішнього середовища і провести зміни в податковій політиці, державному управлінні, а також прискорити процеси модернізації основних фондів та стимулювати інноваційну діяльність і сприяти виробництву високотехнологічної продукції, що зміцнить конкурентоспроможний потенціал машинобудівних підприємств і дасть можливість бути конкурентоспроможним не лише на пострадянському просторі, а й на глобальних ринках.

Як бачимо з проведеного аналізу, особливо критичною є ситуація з впливом політичних та економічних факторів. Так, серед них особливо можна виокремити такі, як:

- значний відсоток приватизації підприємств машинобудування оскільки машинобудування є «хребтом» економічного розвитку держави, то необхідним є втручання держави у діяльність підприємств цієї галузі. Зокрема, існують приклади того, що вища ланка управління не здатна здійснювати адекватного регулювання, і через це деякі підприємства перебувають на стадії банкрутства;
- військово-політичний конфлікт на Сході України;
- значні затрати на проведення військових дій, оплата за контрактами військових, втрата економічного потенціалу на території Донецької та Луганських областей негативно впливає на можливі рішення про інвестування в економіку України (та машинобудівну галузь у цілому);
- високі темпи інфляції;
- за останньою доповіддю Міжнародного валютного фонду прогнозується, що за 2018 рік темп інфляції становитиме близько 46% [11]. Цей фактор (разом із попереднім) не може не вплинути на рішення іноземних інвесторів про влиття коштів у сектори економіки України;
- недостатній обсяг інвестицій у машинобудування;

— звичайно, зважаючи на соціальну, економічну та політичну нестабільність, рівень інвестування (зокрема, й іноземного) скорочується.

У 2017 році обсяг капітальних інвестицій становив лише 6,2% в загальній структурі капітальних інвестицій [49]. Відповідно й затрати на підтримання або розвиток потенціалу (зокрема виробничого) скорочуються, що не дає можливості для нарощування потужностей.

Таким чином, постала необхідність активізації виробничого потенціалу машинобудівних підприємств не лише з боку внутрішніх процесів, що мають місце в організації, а й із боку можливого його розвитку під дією екзогенних (зовнішніх) факторів впливу.

На нашу думку, основними заходами підвищення виробничого потенціалу машинобудівних підприємств можуть бути:

- 1) із боку держави необхідне розроблення нової стратегії розвитку машинобудування із закладанням у Держбюджеті відповідних статей затрат;
- 2) підприємствам машинобудівної галузі необхідно активніше застосовувати засоби масової інформації. Це може, у свою чергу, привертати увагу потенційних клієнтів, а також потенційних висококваліфікованих пошуковців роботи у машинобудівній галузі;
- 3) необхідно виділяти фінансові ресурси для проведення маркетингових досліджень щодо активного освоєння європейських та азійських ринків. Ця порада випливає з того, що українські підприємства мають значну орієнтацію на споживачів СНД, зокрема Росію.

Для розвитку машинобудування як однієї з найважливіших в економіці України галузей промисловості необхідна участь великих підприємств через затребуваність у залученні фінансових, інвестиційних ресурсів. Позитивною рисою вітчизняного машинобудування є наявність у галузі великих за розмірами підприємств, спроможних забезпечити підвищення якостей продукції для виходу на міжнародний ринок.

Економіко-географічне становище України є вигідним через межування з одного боку з європейськими країнами, а з іншого — з країнами СНД. Цей факт,

рівно як і розміщення основних підприємств машинобудування за територією країни, надає перспективи для розвитку галузі та виходу продукції на міжнародний ринок.

2.3. Оцінка ефективності експорту ПАТ «НВП Більшовик».

Поняття ефективності експорту має комплексний і багатоаспектний характер. Воно може виражатись за допомогою різноманітних економічних показників, але найпростіший та найголовніший – це отримання прибутку від реалізацій виробленої продукції на зовнішньому ринку.

Ефективність експорту на рівні підприємства визначається передусім на основі аналізу прибутковості зовнішньоторговельних операцій шляхом зіставлення доходів і витрат, планових завдань і їхнього виконання. Також ефективність експорту визначається шляхом аналізу ринкової частки, підвищення ступеня популярності торговельної марки товару й фірми, збільшення числа її покупців і т. д. [8, с. 54].

Безпосередня оцінка експортних операцій повинна здійснюватися на підставі таких показників, як обсяги експорту продукції, прибуток від зовнішньоекономічної діяльності. Варто зазначити, що окрім обсягів експорту, на величину прибутку впливають внутрішні і зовнішні фактори (зміна цін на сировину і кінцеву продукцію, зміна собівартості продукції, її структура, асортимент, якість продукції, поточний курс акцій, ставки податків та митних тарифів) (параграф 2.2).

Підприємство, здійснюючи оцінку ефективності експортної операції, має змогу обґрунтувати окремі пропозиції стосовно реалізації товару з метою вибору найбільш оптимальної. Коли експорт відповідних товарів для підприємства-виробника є економічно вигідним, функціонування виробництва є раціонально організованим, слід шукати шляхи збільшення експорту даних товарів з врахуванням найбільш вигідних напрямків реалізації [56].

Визначення економічної ефективності ставить за мету на підставі порівняння можливих варіантів співробітництва із закордонними партнерами сприяти удосконаленню структури експорту, оптимізації зовнішньоекономічної діяльності і забезпеченню на цій підставі високоприбуткової роботи підприємства.

При визначенні ефективності експорту підприємств варто застосовувати системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду зовнішньоекономічної операції [12, с. 182]. Проте вичленити в чистому вигляді ефективність експорту із загального функціонування підприємства доволі складно, оскільки плани експорту органічно пов'язані з планами випуску продукції на внутрішньому ринку.

Тому для оцінки ефективності експорту на підприємстві аналізується його загальний фінансово-економічний стан (пункт 2.1), відносний обсяг зовнішньоекономічних операцій та оцінка ефекту підвищення (зниження) їх структурної долі в діяльності підприємства.

Географічну структуру експорту ПАТ НВП Більшовик на нашу думку краще відобразити за допомогою діаграми (Рис. 2.1):

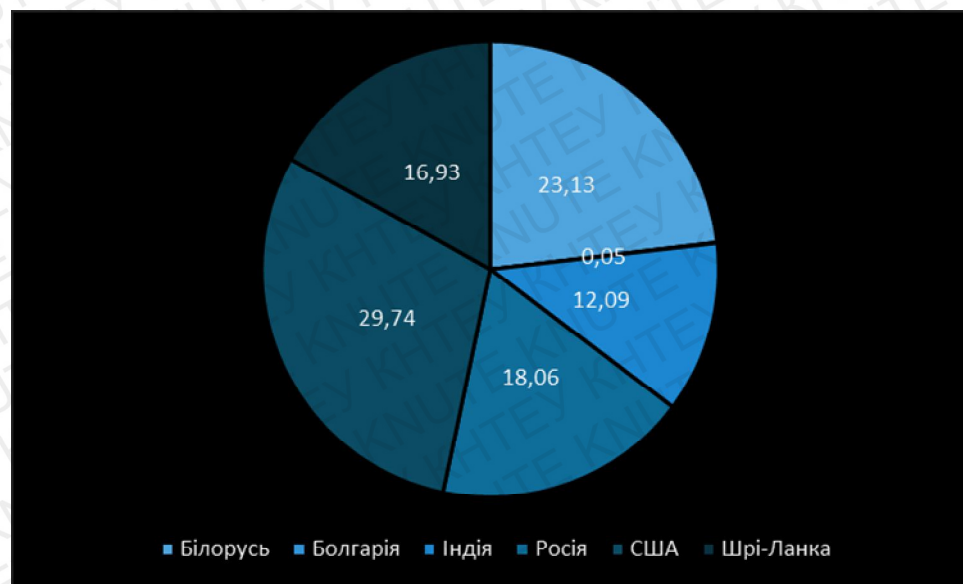


Рис 2.1. Географічна структура експорту ПАТ "НВП Більшовик" 2013-2017 рр.,%

Розроблено автором на основі даних обсягів експорту ПАТ «НВП Більшовик»

З рис 2.1 можемо побачити, що найбільший обсяг продукції з 2013-2016 рр. експортувався до Сполучених Штатів Америки (29,74% від загальної суми), на другому місці – Білорусь (23,13%), на третьому – Російська Федерація – 18,06 %. Саме ці країни були основними контрагентами для заводу.

Отже, ПАТ «НВП Більшовик» має доступ, транспортні варіанти, налаштовану логістику та зв'язки до Європи, Азії та американського континенту, що є дуже важливим та позитивним показником для відновлення та підняття рівня експорту в майбутньому.

Проаналізуємо обсяги експорту ПАТ «НВП Більшовик» (табл. 2.8):

Таблиця 2.8

Обсяг експорту ПАТ «НВП Більшовик» за 5 років, грн.

Країна	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017*	%
Білорусь	1232375,60	24,45	216451,39	9,32	996458,27	31,10	-	-	-	-
Болгарія	-	-	-	-	-	-	4844,04	1,00	-	-
Індія	1278586,48	25,37	-	-	-	-	-	-	-	-
Росія	424442,29	8,42	1297087,20	55,84	187593,30	5,85	-	-	-	-
США	314690,66	6,24	809373,62	34,84	2020126,05	63,05	-	-	-	-
Шрі-Ланка	1790031,99	35,52	-	-	-	-	-	-	3880500	1,0
Всього	5040127,02	100	2322912,21	100	3204177,62	100	4844,04	100	3880500	100

Джерело: Розроблено автором на основі даних ПАТ «НВП Більшовик».

*експорт здійснювався опосередковано

Проаналізувавши дані показники можемо зробити висновок, що експорт ПАТ «НВП Більшовик» занепадає. У 2017 році експорт почав проводитись опосередковано через дочірнє підприємство «Жашківмашбуд».

На нашу думку, це спричинено багатьма зовнішніми та внутрішніми факторами, як висвітлені у параграфі 2.2.

У 2013 році експорт був найбільшим за обсягом та географією. Найбільший відсоток поставок був здійснений до Шрі-Ланки, що становили 1 790 031,99 грн, та 35,52 % від загального експорту заводу в цьому році.

У 2014 році ситуація дещо змінилася і основним партнером заводу стала Російська Федерація, до якої експортувалося 55,84 % від загального експорту

підприємства, другою країною за обсягом були Сполучені Штати Америки – 34,84%, третьою – Білорусь - 9,32% поставок.

Загалом саме Білорусь, США та Росія є найважливішими країнами-контрагентами заводу у 2013-2015 рр., саме до цих країн поставлялось найбільше продукції. У 2015 році у порівнянні з 2014 відбулось нарощення обсягів експорту на 881 265,41 грн.

У 2016 році позитивна ситуація різко змінилась і відбулась лише одна зовнішньоторговельна операція до Болгарії обсягом 4 844,04 грн. У 2017 році експорту на заводі не здійснювалось. Задля можливості виплати боргів та виходу із кризи всі зовнішньоторговельні операції почали здійснювати на дочірніх підприємствах.

Для повнішої оцінки роботи ПАТ «НВП Більшовик» на зовнішньому ринку проаналізуємо економічну ефективність експортних операцій підприємства, використавши систему аналітичних показників приведених в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Ефективність експорту ПАТ «НВП Більшовик»

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від експорту, грн.	5040127,02	2322912,21	3204177,62	4844,04	3880500
Витрати на здійснення експорту, грн.	1236745,5	520366,9	756985,2	2103,5	105693,78
Виробнича собівартість експортних товарів, грн.	1700456,3	900368,3	1305369,6	2350	2356936,85
Повні витрати на експорт, грн.	2937201,8	1420735,2	2062354,8	4453,5	2462630,63
Коефіцієнт ефективності експорту	1,72	1,64	1,55	1,09	1,58
Ефект від експорту, грн	2102925,22	902177,01	1141822,82	390,54	1417869,37
Чистий прибуток, грн.	1724398,68	739785,15	936294,71	320,24	1162652,88

Джерело: Розроблено автором на основі даних ПАТ «НВП Більшовик».

*експорт здійснювався опосередковано

Проаналізувавши дану таблицю можемо зробити висновок, що показник ефекту від експорту, що відповідає поняттю прибутку, у 2013 р. становив 2 102 925,22 грн., що є максимальним показником за всі досліджувані 5 років. Відповідно саме у 2013 році був найвищий коефіцієнт ефективності експорту – 1,72.

Слід зауважити, що на протязі 2013-2017 рр. з кожним роком обсяги експорту зменшувались. У 2013 та 2015 був найбільшим, але незважаючи на обсяги, у 2014 році експорт був найефективнішим. Експорт був прибутковим, тоді як загалом ПАТ «НВП Більшовик» зазнав збитків.

Коефіцієнт ефективності експорту у 2013-2016 роках був більший за одиницю (1,72; 1,64; 1,55; та 1,09 відповідно), тобто реалізація товарів на зовнішньому ринку була вигідніша, ніж всередині країни. Суттєве зростання даного коефіцієнту пов'язане із значним коливанням та диспропорцією внутрішніх та зовнішніх цін на продукцію, яка виробляється заводом.

Для розрахунку економічної ефективності ЕД підприємства використано методику, запропоновану Миролубовою Т.В. [8]. Показник ефективності експорту вказує, що у 2013 р. кожна гривня витрат надала 1,72 грн. доходу, а у 2016 р. його величина зменшилась у 1,5 рази.

Чистий прибуток від експорту був найбільшим у 2013 році та складав 1 724 398,68 грн., найнижчим у 2016 році – 320, 24 грн. Позитивну тенденцію ефекту, ефективності можемо спостерігати у 2017 році, що складала 1 417 869,37 грн та 1,58 відповідно, коли експортна діяльність здійснювалася опосередковано через дочірнє підприємство «Жашківмашбуд».

Проведені розрахунки свідчать про те, що прямий експорт з 2013-2016 рр є економічно вигідним і варто шукати шляхи його відновлення у майбутньому та збільшення з урахуванням найбільш вагомих факторів розвитку.

З метою підвищення ефективності господарювання ПАТ «НВП Більшовик» та його експорту рекомендуємо:

- диверсифікувати виробництво та експорт, зокрема шляхом виходу на нові міжнародні ринки; запровадити стратегічне планування ЗЕД з огляду на

перспективи реалізації експортного потенціалу підприємства з використанням карти стратегічного розвитку на основі збалансованої системи показників;

- удосконалити механізм управління ЗЕД, основними блоками якого є: фінансово-економічний, організаційний, мотиваційний, політичний, науково-технічний, кожен з яких передбачає забезпечення виконання внутрішніх та зовнішніх цілей в аспектах міжнародного співробітництва та валютно-фінансової діяльності ПАТ «НВП Більшовик»;
- удосконалити організаційну структуру підприємства, зокрема: створити відділ маркетингу та ЗЕД за рахунок відділу постачання та збуту, а також юридичний відділ, однією з функцій якого буде контроль за здійсненням ЗЕД та належне оформлення міжнародного співробітництва;
- провести атестацію співробітників щодо підтвердження їхньої кваліфікації, виявити «слабкі ланки» та залучити спеціальні навчальні програми і тренінги;
- забезпечити дотримання технічних стандартів виготовлення продукції, її високої якості, використання міжнародних та європейських стандартів сертифікації продукції;
- провести роботу по залученню інвестиційних ресурсів, в т.ч. іноземних; проводити подальше удосконалення, модернізацію, модифікацію технічного оснащення та підвищення загального рівня фондоозброєності праці;
- здійснювати ефективну цінову політику при експортних і інших операціях на міжнародному ринку, раціонально виконувати управління валютними ресурсами підприємства.

Систематична оцінка ефективності ЗЕД сприяє її оптимізації і забезпеченню високоприбуткової роботи підприємства. Підвищення ефективності ЗЕД підприємства, в першу чергу його експортних операцій, знаходиться у тісній залежності від удосконалення його загальної системи управління, що спрямовує на подальші наукові дослідження.

Висновки до розділу 2

1. У другому розділі проведено аналіз тенденцій діяльності машинобудівних підприємств в Україні та зокрема ПАТ «НВП Більшовик». Машинобудування не фінансується, деградує та потребує комплексного інтегрованого підходу для докорінної перебудови.

2. Проаналізовано загальний фінансовий стан підприємства на підставі аналізу балансу та звіту про фінансові результати. Визначено, що ПАТ «НВП Більшовик» до 2014 року працював в збиток, тільки в 2015-2017 рр. завод почав отримувати дохід.

3. Найвище значення фінансового результату діяльності зафіксовано в 2017 році, а найнижчі – в 2014.

4. Для розвитку машинобудування як однієї з найважливіших в економіці України галузей промисловості необхідна участь великих підприємств через затребуваність у залученні фінансових, інвестиційних ресурсів. Позитивною рисою вітчизняного машинобудування є наявність у галузі великих за розмірами підприємств, спроможних забезпечити підвищення якостей продукції для виходу на міжнародний ринок.

5. За досліджуваний період спостерігається зменшення обсягу експорту продукції заводу. У 2013 та 2015 був найбільшим, але незважаючи на обсяги, у 2014 році експорт був найефективнішим. Експорт був прибутковим, тоді як загалом ПАТ «НВП Більшовик» зазнав збитків У 2017 році він припиняється взагалі.

6. За 2013-2016 роки експорт є досить ефективним та приносить прибуток для підприємства. Найвище значення обсягів експорту було у 2013 (5 040 127,02 грн), найменше – у 2016 (4880 грн). У 2017 році експорт здійснювався через «Жашківмашбуд».

7. Визначено основні проблемами, які негативно впливають на результати експортної діяльності є: проблеми сировинного забезпечення, а саме його нестабільність та непрозорість; старіння основних фондів, рівень зношеності яких постійно зростає; незадовільний стан банківської кредитної

політики, що не спрямована на розвиток підприємств, оскільки кредитні ставки залишаються надто високими і непривабливими для підприємств; наслідки фінансової кризи та політичної ситуації в Україні.

8. На підставі даних про фінансові результати діяльності та даних щодо ефективності здійсненого експорту на підприємстві можна робити висновки щодо доцільності проведення експортних операцій на ПАТ «НВП Більшовик» та розробити напрямки, рекомендації та стратегії щодо його покращення.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ПАТ «БІЛЬШОВИК»

3.1 Підвищення ефективності експорту на засадах стратегічного управління підприємством

Основну роль у забезпеченні прогресивного розвитку вітчизняних підприємств на нинішньому етапі відіграє система стратегічного управління, у якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до господарської діяльності, що дозволяє встановлювати цілі розвитку на основі наявних можливостей підприємства. Розвиток на засадах стратегічного управління дозволяє суб'єктам господарювання чітко встановлювати орієнтири розвитку на основі аналізу сильних та слабких сторін підприємства, що підвищує адекватність менеджменту вимогам економічної дійсності.

Суть комплексної системи стратегічного управління полягає в тому, що на всіх рівнях управління підприємства крім обов'язкового поточного планування з виконання тактичних завдань, запроваджується довгострокове стратегічне планування, що сприяє створенню конкурентних переваг, забезпечується концентрація ресурсів на важливих пріоритетних напрямках, здійснюється поетапне технологічне переозброєння, здійснюється управління попитом, забезпечується послідовне просування інтересів підприємства на зовнішніх ринках. Такий підхід потребує розроблення і виконання узгоджених та взаємопов'язаних довго-, середньо- і короткострокових програм, планів та проектів, спрямованих на забезпечення економічного розвитку підприємства [74].

Одним з пріоритетних напрямів діяльності вітчизняних підприємств в умовах відкритості економіки є експортна діяльність, проте на українських підприємствах досі не сформовано традиції її стратегічного планування, що пояснюється необхідністю глибокої трансформації культури господарювання протягом тривалого часу. Проблема також поглиблюється низькою конкурентоспроможністю більшості українських товарів, обумовленою

відставанням технологічного рівня вітчизняних підприємств від зарубіжних. Лише окремі компанії, а не галузі господарства є сьогодні конкурентоспроможними на зарубіжних ринках, що вказує на відсутність інтересу держави до розвитку експортоорієнтованої економіки.

У нинішніх умовах розвитку вітчизняної економіки, що характеризуються посиленням конкуренції та ускладненням господарської діяльності, істотно розширюється коло інструментів, що використовуються підприємствами для закріплення позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках. Одним з найбільш дієвих інструментів підвищення ефективності діяльності українських підприємств є запровадження на них системи стратегічного управління, що полягає у розробці довгострокових програм розвитку з урахуванням сильних та слабких сторін компанії, а також її довгострокових цілей та поточних завдань.

У ході дослідження практики розробки експортних стратегій вітчизняними підприємствами було виявлено, що на більшості з них вони розробляються відокремлено від корпоративної стратегії та не враховують її цілей, а також можливостей підприємства. У результаті відбувається перерозподіл фінансових ресурсів на користь експортної діяльності, що призводить до зниження ефективності операційної діяльності та ускладнює процес фінансування експортної діяльності на довгострокову перспективу.

Ключовим елементом процесу розробки експортної стратегії підприємства у контексті підвищення ефективності зовнішньої торгівлі є визначення її цілей. Від цілей експортної діяльності залежить побудова усієї стратегії та тактики поведінки підприємства на світовий арені. Західні автори у своїх наукових працях схильні формулювати укрупнені цілі діяльності підприємств на міжнародних ринках.

Так, Д. Деніелс визначає 2 основні цілі експорту підприємства: розширення збуту та його диверсифікація. Вітчизняні автори виділяють ширший спектр цілей експорту фірми. При цьому до факторів, що визначають мету зовнішньої торгівлі, відносять: розвиток внутрішнього ринку (рівень насиченості товарами, посилення тиску конкурентів, дії уряду тощо), за якого

вигідно розширювати діяльність за межі національних кордонів, активність зарубіжних конкурентів та їх активність на внутрішньому ринку, диверсифікація ризиків шляхом експансії на зовнішні ринки, вирішення проблем залежності підприємств від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку, покращення завантаженості наявних та додаткових потужностей, зниження витрат тощо [83, с.425].

Зазначені фактори є цілеутворюючими для загальних цілей, що визначені зарубіжними авторами (Таблиця. 3.1).

Таблиця 3.1

Система цілей експортних стратегій підприємств

Цілеутворюючі фактори експорту фірми	Цілі експорту фірми	
	Розширення збуту	Диверсифікація збуту
Розвиток внутрішнього ринку	+	+
Активність зарубіжних конкурентів на внутрішньому ринку	+	
Подолання залежності від внутрішнього ринку		+
Завантаження вільних потужностей	+	
Зниження витрат	+	+
Підвищення ефективності збуту	+	
Компенсація коливань валютних курсів		+
Зниження загальних ризиків		+
Стабілізація цінової політики	+	

Джерело: систематизовано на основі [82,83]

Для ПАТ «НВП Більшовик» **розвиток внутрішнього ринку** є дуже важливою ланкою. Адже це головне джерело прибутку для заводу на даний момент. Задля збереження існуючих каналів збуту та пошуку нових необхідно активно просувати продукцію заводу через всі можливі канали; інтегрувати резерви підприємства, як додаткове джерело розвитку, відкоригувати стратегію просування підприємства та продукції, принципово змінити стиль менеджменту, встановити якісно нові комунікації із споживачами, враховуючи географічну та товарну диверсифікацію.

Фактор *«активність зарубіжних конкурентів на внутрішньому ринку»* також має вплив на прибуток підприємства. Важливо, щоб іноземні виробники не захопили весь український ринок. Задля цього вітчизняні виробники потребують державного захисту та підтримки (пільгові умови для розвитку підприємств другого сектору, протекціоністська політика щодо імпорту обладнання тощо). Важливим залишається необхідність активного моніторингу споживчих потреб, оперативне впровадження виробництва нового обладнання, агресивне просування продукції по країні.

Подолання залежності від внутрішнього ринку повинно дати поштовх на розвиток експорту та його відновлення саме на ПАТ «НВП Більшовик». Експортна діяльність підприємства мала свою географію, яку необхідно відновлювати та розширяти. Потрібно досліджувати попит та пропозицію на міжнародному рівні. Звернути увагу на потужні світові промислові ринки, які сьогодні особливо активно розвиваються: Азія, Близький Схід, Африка, зокрема, Нігерія, Алжир. Запропонувати на цих ринках конкуренту продукцію, послуги по її монтажу, налагодженню, сервісному обслуговуванню. Довести якість своєї продукції та перспективність співробітництва із українським виробником.

Завантаження вільних потужностей в ПАТ «НВП Більшовик» буде здійснено при умові існування конкретних замовників, переліку обладнання, що забезпечить безперебійне виробництво та його ефективність. На даний момент, функціонує 5 цехів, з 9 можливих, що говорить про відсутність завантаження виробничих площадок та не конкурентоспроможність підприємства в цілому.

Зниження витрат має бути здійснено після детального аналізу всіх поточних витрат підприємства і його загального фінансового стану. Необхідно знайти можливості для економії коштів, раціоналізації існуючих та можливих поставок товарів. Раціональне використання факторів виробництва має стосуватися і працюючого персоналу, як виробничого, так і управлінського. Атестація працюючих має продемонструвати професійну підготовку, здібність

до навчання та підвищення кваліфікації, що дасть підстави для рішення про скорочення некваліфікованих кадрів, пошуку потрібних спеціалістів, формуванню системи заходів щодо удосконалення процесу підготовки кадрів. Зниження витрат може бути здійснено і за рахунок передачі незайнятих приміщень в середньострокову оренду. Довгострокова оренда може завадити поверненню необхідних виробничих приміщень в експлуатацію в момент необхідності розширення підприємства.

Підвищення ефективності збуту напряду залежить від кваліфікованих спеціалістів в відділі зовнішньоекономічної діяльності. Дуже важливо розуміти всі тонкощі проведення зовнішньоекономічної операції та зробити їх максимально вигідними для компанії. Також можна звернутися за допомогою до консалтингових компаній, які можуть розробити певний механізм, щоб підвищити ефективність саме збуту. Це може бути: правильно сформований контракт, вигідні умови поставки згідно ІНКОТЕРМС, раціональна логістика тощо. Кваліфікація персоналу має встановлюватися через регулярні атестації, контроль виконання виробничих, маркетингових планів, та, як наслідок, стимулюватися до подальшого розвитку.

Зниження загальних ризиків необхідно для мінімізації різних негативних факторів впливу на експорт та діяльність підприємства загалом. Для мінімізації ризиків керівництво ПАТ «НВП Більшовик» повинно регулярно здійснювати аналіз фінансово-господарчої діяльності для визначення резервів, аналіз ринкового середовища, конкурентів, споживацьких вимог для корегування стратегії розвитку та просування підприємства та продукції, аналіз власних технічних та технологічних можливостей та їх відповідності сучасним ринковим тенденціям, аналіз продукції, яка випускається, за ступенем ризиків, пов'язаних з кожною стадією. Тільки така інтегрована інформація може бути підставою для прийняття управлінських рішень щодо подальшого розвитку підприємства.

Стабілізація цінової політики Цінова політика - це один із найважливіших елементів ЗЕД підприємства. Саме від рівня цін на товари

залежать комерційні результати діяльності підприємства, а обрана ним цінова політика справляє тривалий і вирішальний вплив на ефективність його роботи на світовому ринку. Ціна є вирішальним чинником в експортній діяльності підприємства, оскільки вона визначає її економічну доцільність. Підприємство повинне не тільки виробити, але і збути товар з вигодою для себе, відшкодувати витрати і отримати прибуток. Це можливе лише за умови правильного вибору цінової політики та стратегії ціноутворення. Тому для того, щоб зробити свій експорт більш ефективним важливо розрахувати максимально вигідну ціну на товар. Так, щоб іноземне підприємство-контрагент захотіло здійснити покупку товару та залишити позитивний відгук після роботи із заводом і бути клієнтом ПАТ «НВП Більшовик» на довготривалий час.

Загалом аналізуючи потенціал ПАТ «НВП Більшовик» для виходу на експортні ринки, менеджментом компанії мають бути враховані фактори як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. У ході оцінки розробки експортної стратегії мають бути оцінені показники фінансової стійкості та платоспроможності підприємства, виявлені резерви підвищення продуктивності використання ресурсів, досліджено можливості адаптації технологічного процесу на підприємстві задля задоволення вимог санітарних та фітосанітарних заходів у країнах-імпортерах тощо.

На нашу думку, з метою підвищення ефективності експортної стратегії підприємства доцільно використовувати на підготовчому етапі розробки експортної стратегії розроблену Д.Нортоном та Р.Капланом систему збалансованих показників, що дозволить підприємству реалізувати багатовекторну політику управління бізнесом на основі розробки комплексної системи стратегічних цілей і ключових показників діяльності [84, с.32].

Система Нортона і Каплана дозволяє менеджерам врахувати у процесі розробки стратегії інтереси чотирьох основних груп впливу на підприємство – клієнтів, кредиторів, працівників та власників, що у значній мірі посилює зв'язок експортних планів компанії з реальністю та забезпечує виконання принципу досяжності при розробці зовнішньоторговельної стратегії. Перевагою

запропонованої методики є також визначення цілей компанії на основі її реального потенціалу, оскільки на практиці до розробки моделі залучаються працівники різних підрозділів, спроможні достовірно оцінити можливості реалізації проміжних цілей експортної стратегії окремим підрозділом.

Використання збалансованої системи показників при розробці експортної стратегії підприємства спроможне забезпечити цілеспрямований моніторинг його діяльності, а також дозволити спрогнозувати і попередити появу проблем, органічно поєднати рівні стратегічного й оперативного управління охопити зв'язки між минулими і майбутніми результатами, а також між внутрішніми й зовнішніми аспектами діяльності підприємства.

СЗП дозволяє усунути розрив між розробкою стратегії та її практичною реалізацією, оцінити саму стратегію і окремі процеси діяльності, оперативно реагувати на зміну зовнішніх умов. Ця система передбачає залучення до процесу стратегічного управління усіх співробітників за допомогою зрозумілих термінів і показників. Більше того, система передбачає мотивацію співробітників і поєднання їх інтересів з інтересами підприємства, що є більш ефективним, ніж адміністративний контроль. Вона сприяє підвищенню імовірності реалізації наміченої стратегії і адекватній оцінці потенціалу підприємства [76, с.183].

Проблемою вітчизняної економіки в цілому та господарської діяльності ПАТ «НВП Більшовик», зокрема, є те, що на практиці підприємства зазвичай використовують спрощену оцінку своїх експортних можливостей, що характеризується високим ступенем невизначеності та зводиться до виявлення можливого обсягу експорту продукції, що вже виробляється підприємством, з виявленням потенційного кола країн-імпортерів. Такий підхід не може слугувати об'єктивною основою для успішної зовнішньоторговельної експансії. Тому підготовчий етап, значенням якого часто нехтують, має полягати у дослідженні міжнародних ринків, аналізі внутрішніх можливостей, а також у візуалізації отриманої інформації у проекті бізнес-плану експортної діяльності.

Діяльність машинобудівних підприємств на зовнішніх ринках характеризується вищим у порівнянні з внутрішнім рівнем ризиків, що обумовлені сильнішим конкурентним середовищем, високим вимогам до якості товарів, а також високим рівнем витрат, пов'язаних з міжнародними маркетинговими дослідженнями та реалізацією експортної стратегії. Тому при формуванні експортної стратегії вже на підготовчому етапі необхідно здійснити усебічний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Одним з ключових елементів експортоорієнтованого розвитку вітчизняних компаній є система стратегічного управління. Її використання дає підприємствам можливість визначати орієнтири розвитку не на основі необґрунтованих амбіцій, а з урахуванням потенціалу підприємства, на основі аналізу його сильних та слабких сторін. На етапі технологічного регресу ПАТ «НВП Більшовик», використання елементів стратегічного управління дозволить заводу підвищити ефективність експортної діяльності за рахунок побудови експортної стратегії на основі прогнозів коливань попиту та пропозиції на світових ринках, та даних щодо факторів, що визначають успіх агропромислової продукції провідних світових виробників.

Показники результативності як господарської діяльності в цілому, так і експортної діяльності підприємства, зокрема вказують на те, що вітчизняні компанії не спроможні наздогнати світових лідерів, ані за якістю сировини, ані за рентабельністю. Основним напрямом підвищення ефективності експортної діяльності за таких умов є інноваційний розвиток, можливий лише за умови впровадження у діяльність підприємства засад стратегічного управління.

На вітчизняних підприємствах впровадження елементів стратегічного управління має носити науково обґрунтований характер та здійснюватися з урахуванням світового досвіду, оскільки вітчизняні управлінці особливо у сфері машинобудування, не мають належної підготовки та практичного досвіду для стратегічного експортоорієнтованого управління суб'єктом міжнародного бізнесу. Проте зміна формату управління вітчизняними підприємствами та зокрема, ПАТ «НВП Більшовик», на засадах стратегічного управління

відповідає вимогам глобалізованої економіки, що свідчить про необхідність її проведення з метою підвищення ефективності їх експортної діяльності.

3.2. Шляхи удосконалення експортної діяльності ПАТ «НВП Більшовик»

Для подолання негативного впливу факторів зовнішнього середовища, що стримують розвиток експортної діяльності, перед підприємствами постає необхідність здійснення вибору ефективних управлінських рішень. Ці рішення стосуються, зокрема, системи управління підприємством, оптимізації логістичних витрат, удосконалення системи моніторингу й інших складових експортної діяльності підприємства. Комплексний характер зазначених процесів, значні ризики ведення бізнесу за кордоном порівняно із внутрішнім ринком, породжують потребу у створенні комплексного підходу до оптимізації експортної діяльності підприємства.

Аналіз експортної діяльності досліджуваних підприємств дозволив визначити, що для її подальшого розвитку варто використовувати елементи ситуативного підходу (contingency approach), оскільки в сучасних динамічних умовах саме він за своєю сутністю враховує конкретні ситуації, найкраще підходить для організації експортної діяльності й оперативного її коригування відповідно до економічних, правових, інституційних змін оточуючого середовища.

Процеси управління експортною діяльністю підприємства підпадають під вплив двох груп чинників: організаційної структури підприємства та зовнішнього середовища, які, у свою чергу, впливають на процес прийняття рішень щодо зовнішньоекономічних операцій підприємств.

Зважаючи на це, потрібно класифікувати ситуаційні чинники для цілей удосконалення експортної діяльності підприємства на дві основні категорії: внутрішні та зовнішні, залежно від виду діяльності.

Основою ситуативного підходу є те, що він базується на твердженні щодо відсутності єдиного універсального підходу до системи управління на підприємствах. Ефективність побудови такої системи залежить, перш за все, від її спроможності адаптуватись до ситуації – змін внутрішніх та зовнішніх чинників.

Використання ситуаційного підходу до управління експортною діяльністю підприємства передбачає, що ця система, перш за все, забезпечує вичерпною інформацією осіб, що приймають рішення, і, таким чином, сприяє досягненню цілей організації кращим чином.

Ситуації, які потребують постійного моніторингу та врахування, можна розподілити на дві групи: зовнішні та внутрішні чинники. Зовнішні чинники охоплюють окремі аспекти зовнішнього середовища, зокрема ділове оточення та законодавче забезпечення. Для машинобудівного підприємства ПАТ «НВП Більшовик», яке займається переробкою, такою ланкою є постачальники, оскільки сам виробничий процес передбачає значну залежність від сировини – матеріалів та обладнання. Для збірного виробництва на заводі визначальним зовнішнім фактором є споживчий попит, оскільки, вони виробляють готову до вживання споживачами продукцію (готові металоконструкції, гумозмішувачі, ескалатори, тунелепрохідні машини тощо).

Зовнішні фактори чинять подвійний вплив: на внутрішні фактори та на принципи управління експортною діяльністю підприємства. Так, наприклад, зміни конкурентної стратегії компанії з ділового оточення підприємства впливають на зміни стратегії самого підприємства. Зміни, зокрема, на законодавчому рівні також чинять вплив на принципи організації експортної діяльності підприємства.

Основним внутрішнім чинником для підприємства є управління запасами. Тобто, особливу увагу слід приділяти збору, аналізу та передачі інформації стосовно цієї сфери управління експортною діяльністю. Також важливим внутрішнім чинником є інформація щодо якого має використовуватись у плануванні, оцінці та контролі, є контроль якості для забезпечення задоволення

споживчого попиту, зокрема на закордонних ринках. Аналіз впливу чинників на розвиток експортної діяльності досліджуваних підприємств дозволив зробити висновок, що зовнішні чинники впливають на розвиток експортної діяльності опосередковано, тоді як внутрішні чинять безпосередній вплив.

Результати експортної діяльності підприємства дозволяють отримати інформацію для її оцінки, і, таким чином, для коригування (у разі необхідності) процесу та принципів управління за результатами цієї оцінки.

Внутрішні фактори включають організаційні характеристики, технологію та стратегію. Зовнішні охоплюють окремі аспекти зовнішнього середовища, зокрема ділове оточення та законодавче забезпечення, які чинять подвійний вплив: на внутрішні фактори та на принципи організації експортної діяльності підприємства.

Дослідження показників експортної діяльності підприємств, проведене у п. 2.3, дозволило визначити напрям, за яким варто удосконалювати окремі аспекти організації експортної діяльності ПАТ «НВП Більшовик».

ПАТ «НВП Більшовик» за проаналізовані роки 2013-2017 рр., має ефективний експорт тобто потенційно може бути підприємством з високим рівнем доходу від експортної діяльності.

Але завод має проблеми із визначенням напрямів або відповідного рівня споживчого попиту на експортних ринках, що негативно позначається на ефективності продажів експортної продукції та операційній діяльності компанії. Тому у 2016 експорт значно скоротився, а у 2017 став опосередкованим, тобто таким, що здійснюється не на пряму на експортні ринки, а через вітчизняного виробника, який є створений для здійснення збутових функцій головного підприємства.

ПАТ «НВП Більшовик» характеризується середнім рівнем витрат на експорт та низькими показниками ефективності операційної експортної діяльності, більш значними витратами, пов'язаними з постачанням сировини та матеріалів. Відповідно, потрібно ретельно регулювати власні ресурси. Основними експортними підходами для підприємства є підвищення

ефективності операційної діяльності та рентабельності; підвищення якості – лише у тих сферах експортної діяльності, де це надто важливо для закордонного споживача.

З метою підтримки своєї експортної діяльності на високому рівні потрібно враховувати власні переваги та розвивати їх відповідно до вимог споживачів. Важливим є не лише досягнення найвищого рівня всіх показників експортної діяльності, але й розповсюдження позитивних моментів власної практики.

Наші пропозиції стосовно удосконалення окремих аспектів організації експортної діяльності ПАТ НВП «Більшовик»:

- ✓ Здійснити аналіз товарної структури експорту та визначити найефективнішу продукцію. Провести анкетування споживачів та встановити перелік заходів, що може удосконалити обладнання. Споживацький моніторинг допоможе сформуванати напрями щодо підвищення рентабельності продукції, ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

- ✓ Дослідити нові території та здійснити географічну диверсифікацію ринку збуту. 135-річний досвід функціонування ПАТ «НВП Більшовик» є досить потужним стартом для його подальшого розвитку. Але потрібно знати як правильно використати їх - і це означає пошук нових ринків та робота над такими питаннями, як логістика, виконання замовлень та обслуговування клієнтів.

- ✓ Важливо оцінити розміри ринку. Наскільки великий ринок для продукту в інших країнах? Потрібно побачити, як все відбувається, дізнатись, скільки конкурентів у машинобудівному секторі і наскільки великою може бути клієнтська база. Чи існують потенційні торговельні бар'єри та обмеження? Такий глибокий структурний аналіз має здійснюватися перманентно відділом маркетингу не рідше одного разу на рік для оперативного корегування дій, прийняття ефективних управлінських рішень.

- ✓ Сформувати та адаптувати маркетингову стратегію. Можна мати продукт, який може легко перетинати кордони, але маркетингову стратегію

потрібно буде адаптувати. Місцеві цінності, звичаї, мова та валюта будуть впливати на маркетинговий план. Знайти свої унікальні точки продажу та використати механізм брендингу для ідентифікації як продукції, так і підприємства.

✓ Робота з місцевими партнерами. Робота з філіями, партнерами, дистриб'юторами, ліцензіатами або агентами може допомогти створити новий ринок. Закрита консультація з діловими партнерами на місцях гарантує, що маркетингові матеріали матимуть місцеву апеляцію і не включатимуть ніяких помилок.

✓ Перевірка своїх цін. Ціноутворення полягає не лише в розумінні різниці в валюті - потрібно досліджувати ціни на кожній новій території. Накладні витрати також можуть бути вищими, щоб ціни враховували вартість вантажних та транспортних послуг, упаковку та комісію агента. Перевірка цін має починатися із моніторингу норм витрат, пошуку резерві їх зниження, а також із пошуку потенціалу для підвищення продуктивності праці. Своєчасна подача матеріалів на конвеєр, вчасно здійснений плановий ремонт обладнання, звільнення виробничого приміщення від готової продукції, скореговані дії між виробничими та комерційними підрозділами підприємства стануть запорукою зниження собівартості, і як наслідок ціни готової продукції.

✓ Медіа-мікс. Маркетингові канали, які використовують, будуть різними на кожній території та залежатимуть від виду продукції. У деяких країнах не можна покладатися переважно на онлайн-рекламу. В інших місцях це може бути місцева газета, зовнішня реклама або радіо. Якщо мова йде про великогабаритне промислове обладнання, то потрібно шукати відповідні канали просування.

✓ Знати місцеві звичаї кожної країни. Що стосується обслуговування покупців, то, що працює в одній країні, може не працювати в іншому завдяки культурним відмінностям, правилам мови та охорони здоров'я та безпеки. Рівні формальності, бізнес-етикету, способи їх вирішення - це всі питання, які можуть спричинити або зламати плани розширення.

✓ Експонат за кордоном. Поява на зарубіжних виставках - це хороший спосіб розширення географії свого експорту, велика ймовірність зустрічі з контактами та першого продажу на новому ринку. Це також шанс побачити, що роблять конкуренти.

Саме таке інноваційне мислення, раціональний маркетинг та інтегрований підхід до розвитку експорту підприємства є одним із кроків заводу, який може призвести до розширення географії, диверсифікації збуту, повернення прямого експорту до ПАТ «НВП Більшовик» та отримання чистого прибутку компанії.

Пріоритетними експортними підходами є утримання позицій, зокрема, високого рівня задоволення споживчого попиту та високого рівня продуктивності. Саме цим цілям мають бути підпорядковані основні складові планування, організації виробництва та контролю на підприємстві у таких ключових сферах діяльності заводу, як стратегічне планування, організація експортної діяльності, управління трудовими ресурсами (зادля забезпечення максимальної продуктивності діяльності компанії) та контроль, побудований, зокрема, на принципах ризик-менеджменту, оскільки високоефективні експортоорієнтовані підприємства, зазвичай, стикаються з вищим рівнем ризиків. Доцільно звернути увагу на покращення планування й організації експортної діяльності, зокрема, на відповідність їхньої продукції міжнародним технологічним стандартам і на вивченні та виборі ринків збуту та каналів розповсюдження продукції.

Задля відновлення операцій з експорту та виходу ПАТ «НВП Більшовик» з кризи слід зосередитись на підвищенні кваліфікації персоналу, що в підсумку сприятиме підвищенню рівня продуктивності праці, зокрема, в експортному напрямку в розробку й удосконалення стратегій ціноутворення та просування товарів.

Основні заходи для досягнення цієї мети:

- детальний аналіз споживчого попиту й уподобань споживачів з метою визначення у подальшому відповідних ресурсів компанії, які можуть бути спрямовані на задоволення споживчого попиту. З урахуванням того, що

зазвичай ресурси компаній такого типу є обмеженими для впровадження спеціальних механізмів планування та контролю, важливим елементом є аналіз ресурсів та потенціалу для удосконалення експортної діяльності;

- спрямування інвестицій у ті механізми планування та контролю, які чинять значний безпосередній вплив на задоволення споживчого попиту.
- ґрунтовний аналіз споживчого попиту та використання, подібно до попередньої групи, високостандартизованих методів управлінського контролю в секторах, що безпосередньо впливають на споживчий попит;
- використання високостандартизованих механізмів планування, організації виробництва та контролю у сфері управління витратами;
- активне використання політики розрахунку цільових витрат (target costing) в рамках концепції управління цільовою собівартістю експортованої продукції.

Проблемною ланкою в системі організації експортної діяльності ПАТ «НВП Більшовик» є логістика. Логістична діяльність є важливим маркетинговим аспектом діяльності підприємства, який, за оцінками експертів, знаходиться на другому місці за своїм впливом на результативність експортної діяльності підприємства.

Одним з головних чинників ефективної організації логістичної діяльності є оптимізація транспортних витрат підприємства. Заходи з оптимізації логістичних витрат можуть бути розподілені на такі групи за різними класифікаційними ознаками, які охоплюють основні сфери діяльності підприємства, відповідно до мети, термінів та бажаного результату експортної діяльності підприємства: заходи, що потребують залучення додаткових інвестицій та заходи, що цього не потребують; заходи, що впливають на прибутковість підприємства та нейтральні щодо прибутковості; коротко-, середньо-, довгострокові заходи; організаційні, технічні, економічні заходи.

Заходи, що впливають на прибутковість компанії-експортера, включають скорочення витрат безпосередньо за рахунок або пролонгації термінів доставки експортованої продукції, або змін якості обслуговування споживачів.

Аналіз чинників впливу на експортну діяльність компанії дозволив виокремити головні процеси, на які варто спрямувати основні зусилля в сфері моніторингу:

1. *Управління експортною діяльністю на підприємстві.* Цей блок передбачає моніторинг процесу прийняття рішень стосовно експортної діяльності, включаючи планування, визначення методів ведення діяльності, встановлення відповідальності різних відділів та координації їх діяльності в рамках здійснення експортної діяльності підприємства.

2. *Управління ресурсами,* які пов'язані з основною виробничою та з експортною діяльністю підприємства. Моніторинг управління ресурсами включає моніторинг за раціональним використанням наявних ресурсів: капітальних, технічних, технологічних, трудових, маркетингових, інформаційних, задіяних у експортній діяльності підприємства.

3. *Оцінка експортної діяльності підприємства.* Включає системну оцінку та оцінку процесу експортної діяльності. Системна оцінка експортної діяльності включає моніторинг та оцінку результатів експортної діяльності за допомоги методів внутрішнього контролю. Результати такого моніторингу можуть бути стимулом для вжиття підприємством певних заходів, спрямованих на удосконалення експортної діяльності. Оцінка процесу експортної діяльності являє собою моніторинг та оцінку на таких стадіях експортної діяльності підприємства:

- вивчення закордонного ринку збуту;
- підготовка виробництва експортної продукції;
- виробництво експортованої продукції;
- реалізація експортованої продукції;
- після продажне обслуговування.

Все вищезазначене разом з аналізом й оцінкою чинників впливу на експортну діяльність підприємства дозволило розробити комплексний механізм розвитку експортної діяльності підприємства.

З метою забезпечення функціональної автономії експортної діяльності запропонований механізм включає такі підсистеми, як управлінський облік, організація, моніторинг експортної діяльності підприємства, управління замовленнями, запасами та закупівельними операціями.

Метою головної складової механізму підвищення ефективності експортної діяльності підприємства – планування та контролю експортної діяльності – є забезпечення виконання контрактних зобов'язань відповідно до термінів і вимог до якості експортної продукції на основі планування та контролю за ефективним використанням ресурсів, необхідних для здійснення експортної діяльності.

При плануванні та контролі експортної діяльності задіяні такі процеси: визначення функціональних критеріїв – критеріїв виконання виробничої програми підприємства та визначення критеріїв першочерговості; визначення періодів та варіантів планування експортного виробництва; планування потреби у матеріальних ресурсах; розробка графіків та правил розподілення робіт; оцінка стану виробничих приміщень; порядок врегулювання позаштатних ситуацій.

Метою управління закупівельними операціями є отримання в потрібній кількості та до визначеної дати необхідних для виробництва експортованої продукції сировини та матеріалів, при цьому – за найнижчою з можливих цін і належного рівня якості. Ця підсистема охоплює відносини з постачальниками; визначення потреб у сировині та матеріалах.

Підсистема управління запасами має на меті забезпечення оптимального рівня запасів, що дозволить зменшити витрати на зберігання готової продукції, напівфабрикатів, незавершеного виробництва, запасних частин; а також забезпечити безперервність виробничого процесу.

Метою підсистеми управління замовленнями є збільшення споживчого попиту, що включає процеси адміністрування замовлень зарубіжних споживачів; після продажне обслуговування.

Підсистема моніторингу експортної діяльності має на меті створення системи оцінки ефективності експортної діяльності підприємства на основі спостережень за процесами управління фінансово-господарською експортною діяльністю підприємства, визначення розмірів відхилень фактичних результатів від запланованих і виявлення причин цих відхилень з метою коригування діяльності задля підвищення її ефективності. У цій підсистемі задіяні процеси системної оцінки та оцінки процесу експортної діяльності підприємства.

3.3 Прогноз розвитку експортної діяльності ПАТ «НВП Більшовик».

Ефективне управління сучасним підприємством не можливо без використання сучасних методів економіко-математичного моделювання та економічного та статистичного аналізу. Економічні прогнози необхідні для визначення шляхів розвитку підприємства та економічних ресурсів, що забезпечують його динаміку, для виявлення найбільш імовірних й економічно ефективних варіантів довго -, середньострокових і поточних планів, обґрунтування основних напрямків економічної і технічної політики, передбачення наслідків прийнятих рішень і здійснюваних заходів.

На діяльність будь-якого підприємства впливають велика кількість зовнішніх та внутрішніх факторів, оцінити результати впливу яких можливо методами статистики, основу яких становлять побудова і аналіз відповідної математичної моделі.

Для прогнозування майбутніх результатів експортної діяльності досліджуваного підприємства скористаємося фактичними даними показників за останні п'ять років, які проаналізовані у другому розділі, інструментами кореляційно-регресійного аналізу та можливостями табличного процесора MS Excel.

Розробимо за допомогою можливостей MS Excel економетричні моделі для прогнозування показника чистого доходу від реалізації експортної продукції підприємства. Результати прогнозу наведено на рис. 3.1:

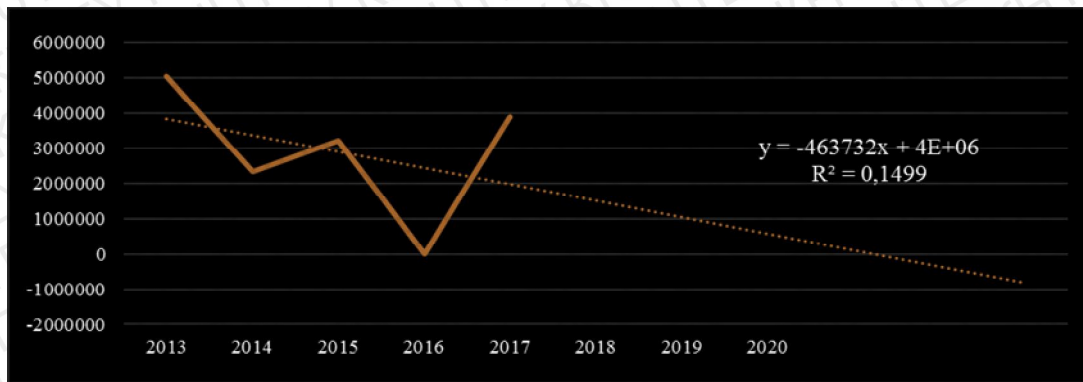


Рисунок 3.1. Параметри регресійного рівняння для прогнозування чистого доходу від реалізації експортної продукції ПАТ «НВП Більшовик» за умови екстраполяції трендів

Джерело: побудовано автором на основі даних обсягів експорту ПАТ «НВП Більшовик»

Далі здійснимо прогноз доходу на період 2018-2020 рр. підставивши у рівняння замість X відповідний рік прогнозу, що наведено у табл. 3.1:

Таблиця 3.1

Прогнозні значення чистого доходу від реалізації експортної продукції ПАТ «НВП Більшовик» на період 2018-2020 рр. за умови екстраполяції трендів

Показник / Рік	2018	2019	2020	Відхилення 2020 р. / 2018 р.
Чистий дохід від реалізації експортної продукції, грн.	1 217 608	753 876	290 144	-927 464

В умовах збереження тренду та продовження опосередкованої експортної діяльності показник чистого доходу від реалізації продукції з кожним роком буде зменшуватися. За прогнозом уже у 2020 році експорт зменшиться на 927 464 грн порівняно із 2018. Тож можемо зробити висновок, що метод експорту ПАТ «НВП Більшовик» за допомогою дочірнього підприємства «Жашківмашбуд» є тимчасовим але досить неефективним на довготривалу перспективу.

Якщо на заводі не будуть впроваджені докорінні зміни, експорт може зникнути взагалі. Відповідно це значно вплине на загальний фінансовий стан

підприємства, збільшить його збитки та ризики загалом, а в перспективі - призвести до банкрутства.

Так як підприємство є державним, можливий варіант надання державної допомоги у вигляді певних фінансових надходжень, вкладень та дотацій, пільгових умов, які можуть бути надані під переконливий бізнес-план розвитку підприємства. Але, на нашу думку, цього буде дуже мало, адже задля того, щоб «підняти» підприємство треба налагодити ефективну інтегровану систему його управління. Можливо фінансова підтримка і пільги допоможуть підняти рівень прибутків на певний час, але фізично та морально застаріле обладнання, відсутність інтегрованого підходу щодо дії менеджерів і керівництва не допоможуть отримати заводу бажану конкурентоспроможність та рівень ефективності.

На нашу думку, найкращим варіантом для виходу із кризи є приватизація ПАТ «НВП Більшовик». Якщо, підприємство є важливим та пріоритетним для держави, потрібно сформулювати вимоги, встановити бажані показники розвитку, обсяги продажів, величину прибутку для власника та контролювати їх досягнення. Зробити все можливе з боку держави для полегшення виходу заводу на нові обрії внутрішнього та зовнішнього ринків:

- Реструктурувати податки, можна звільнити завод від податків на перші п'ять років діяльності для виходу із кризи; особливо це стосується прямих та портфельних інвестицій;
- Створити сприятливі інституційні умови в країні для розвитку галузі машинобудування;
- Забезпечити гідну оплату праці для співробітників підприємства, що дозволила залучати високо кваліфікований персонал на конкурсній основі;
- Популяризувати продукцію заводу на іноземних платформах;
- Стабілізувати фінансову та політичну ситуацію в країні;
- Залучити інвесторів та зробити ПАТ «НВП Більшовик» цікавим та вигідним для інвесторів;
- Сприяти впровадженню інновацій, організації наукових інститутів,

лабораторій для розвитку промислового машинобудування загалом;

- Підтримати збереження виробничих потужностей заводу;
- Контролювати своєчасне виконання прийнятих рішень, виробничих та комерційних планів;
- Забезпечувати конкурсний відбір кваліфікованого ТОП менеджменту підприємства, який здатен виконати поставлені задачі.

На нашу думку, головною проблемою ПАТ «НВП Більшовик» є неефективний менеджмент. Якщо протягом 2013-2015 рр. експорт на підприємстві здійснювався та був ефективним, отже у 2016-2017 втрачено налагоджені канали збуту. Важливим є встановлення причин такого становища.

Для того, щоб повернути заводу прямий експорт, збільшити його обсяги, рентабельність та ефективність необхідно проаналізувати попит та пропозицію на міжнародних ринках.

В даному фінансовому становищі варто створити посаду кризис-менеджера, який міг би інтегрувати зусилля виробничих та комерційних підрозділів, мав стратегічне бачення розвитку підприємства та високі особисті організаційні здібності, щоб дозволило подолати кризисне становище, що притаманно сьогодні підприємству.

Дуже важливим є комунікація та інтегровані комплексні дії кожного з відділів ПАТ «НВП Більшовик». Підрозділи повинні розуміти проблеми інших департаментів та враховувати їхні інтереси при вирішенні тих чи інших питань. Варто проводити тренінги, фокус-групи, зустрічі, бріфи на яких обговорювати поточні проблеми та шляхи їх вирішення, створювати міцний зв'язок. Потрібно мотивувати людей до праці, щоб вони були зацікавлені в розвитку та «піднятті» заводу. Це повинно відображатись перш за все в їхніх заробітних платах, преміях, страхуванні тощо.

Удосконалити маркетинг ПАТ «НВП Більшовик». Відібрати кваліфікованих маркетологів, які зможуть провести комплексне дослідження. Вивчити товарний ринок, географічний ринок, що варто виробляти та куди продавати; де є попит на продукцію заводу.

Можливе здійснення реструктуризації компанії. Реструктуризація компанії – це управління структурними змінами під впливом зміни ринкової кон'юнктури. Її метою є підтримка оптимальної відповідності організаційно-функціональної моделі компанії та її стратегії (в першу чергу продуктової). Реструктуризація як форма організаційного розвитку є програмою переходу від початкової до перспективної організаційно-функціональної моделі [77, с. 14].

Сутність реорганізації полягає в постійному прирості компанії новою якістю за рахунок досягнення проміжних результатів від реалізації запланованих заходів. Дуже важливо акумулювати ці результати. Тому правильно проведена реорганізація буде досить ефективною для розвитку ПАТ «НВП Більшовик».

Бенчмаркінг як метод управління розвитком припускає зіставлення результативності складових бізнесу організації з іншими організаціями в конкурентному середовищі. Його мета полягає в генерації пропозицій щодо поліпшення діяльності, а також розробці внутрішньокорпоративних стандартів порівняно з конкурентами.

Орієнтиром можуть бути відповіді на такі запитання: які витрати і результати роботи конкурентів, як конкуренти досягли цих результатів, у чому організація, що досліджується, відстає від суперників, який розрив у методах роботи існує в порівнянні з кращими методами роботи інших компаній?

Вихід за межі власної галузі дозволяє, зазвичай, ініціювати позитивні зміни в організації, направлені на завоювання реальних переваг і розробити програми розвитку зі скорочення розривів з конкурентами. Створення комплексного інтегрованого підходу до вирішення всіх поточних проблем заводу, побудування системи інноваційних стратегій, які дозволять вийти підприємству на новий рівень.

За умови використання та застосування наших рекомендацій ПАТ «НВП Більшовик» зможе здійснювати пряму експортну діяльність, крім того експорт буде ефективним. Також зможе підняти свої загальні фінансові показники, збільшити величину чистого прибутку. Залучити інвесторів, впровадити

інновації та досягнення науково-технічного прогресу. Знівелювати частку фізично та морально застарілого обладнання. Підняти рівень кваліфікації людського капіталу, а також комунікації та співробітництва на заводі між працівниками. Можливе завоювання певної частки експорту у структурі світового експорту продукції промислового машинобудування.

Спостерігаємо збільшення чистого доходу протягом 2018-2019 рр. діяльності підприємства, що є позитивним явищем. При цьому, більшим чином виручка зростає за умови впровадження запропонованих заходів щодо підвищення ефективності імпортової діяльності підприємства

На сучасному етапі розвитку світової економіки ключового значення в ринковому середовищі набуває ефективне управління такими складовими нематеріальних активів підприємства як людський та клієнтський капітал, бренд, інноваційний потенціал та ефективне управління стратегічним розвитком підприємства є головним чинником підвищення його конкурентоздатності та покращення показників фінансово-господарської діяльності.

Сьогодні саме здатність організації результативно впроваджувати стратегію є ключовим нематеріальним активом, який визначає її ринкову вартість.

Графік, що демонструє можливий приріст експорту у разі впровадження повного комплексу заходів, які ми запропонували для ПАТ «НВП Більшовик»: модернізація технічного парку та технології виробництва; удосконалення менеджменту на підприємстві; структурний маркетинговий аналіз щодо споживацьких очікувань, майбутніх потреб; залучення кваліфікованих спеціалістів; розробка інтегрованої стратегії розвитку; вихід на зарубіжні ринки; співробітництво із потужними країнами – контрагентами; розвиток важкого машинобудування в Україні як галузі; залучення зацікавлених інвесторів та інвестицій; приватизація або ж підтримка з боку державної влади.

Результати прогнозу наведено на рис. 3.2:

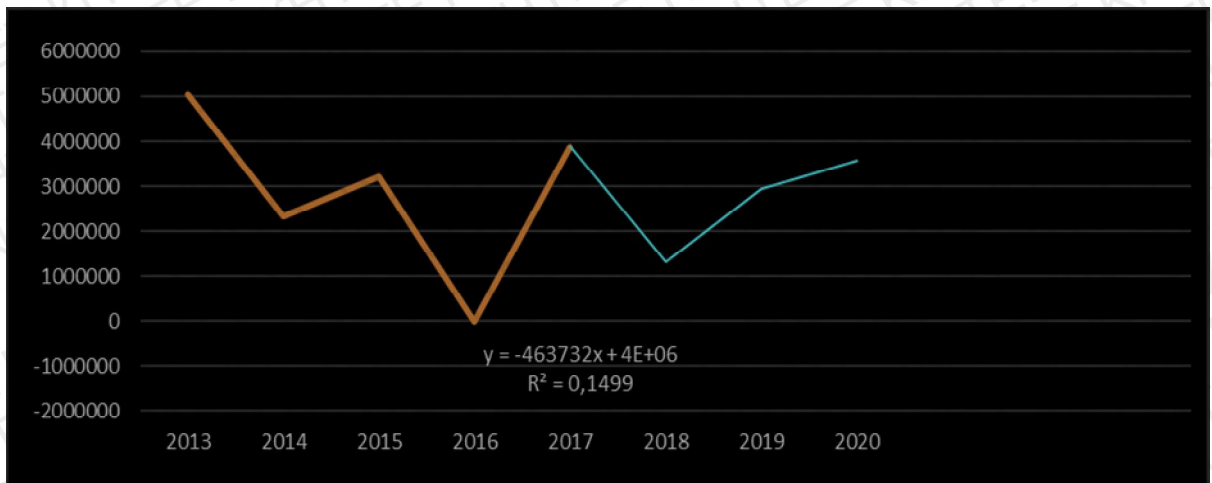


Рисунок 3.2. Параметри регресійного рівняння для прогнозування чистого доходу від реалізації експортної продукції ПАТ «НВП Більшовик» за умови впровадження повного комплексу запропонованих заходів

Джерело: побудовано автором

Далі здійснимо прогноз доходу на період 2018-2020 рр. підставивши у рівняння замість X відповідний рік прогнозу, що наведено у табл. 3.2:

Таблиця 3.2

Прогнозні значення чистого доходу від реалізації експортної продукції ПАТ «НВП Більшовик» на період 2018-2020 рр. за умови впровадження повного комплексу запропонованих заходів

Показник / Рік	2018	2019	2020	Відхилення 2020 р. / 2018 р.
Чистий дохід від реалізації експортної продукції, грн.	1 324 284	2 952 819	3 568 794	+2 244 509

За умови впровадження повного комплексу запропонованих заходів та реалізації всіх пропозицій, застосування інтегрованої системи розвитку спостерігаємо збільшення показника чистого доходу від реалізації продукції. За прогнозом уже у 2020 році експорт збільшиться на 2 244 509 грн порівняно із 2018.. Якщо на заводі будуть впроваджені докорінні зміни, експорт може знову виконуватись безпосередньо на ПАТ «НВП Більшовик», а не через

дочірнє підприємство. Відповідно це значно вплине на загальний фінансовий стан підприємства, збільшить його чистий дохід, зміцнить репутацію та підвищить позиції на міжнародному ринку.

Висновки до розділу 3

1. Проведений аналіз ефективності експортної діяльності підприємств дозволив визначити окремі аспекти підвищення ефективності експортної діяльності підприємства на засадах стратегічного управління.

2. Встановлено, що показники оцінки ефективності експортної діяльності підприємства надають можливість оцінити її стан та обрати відповідні напрями щодо її удосконалення. За результатами оцінки фінансового стану підприємства та ефективності його експортної діяльності запропоновано такі цілеутворюючі фактори експорту: розвиток внутрішнього ринку, активність зарубіжних конкурентів на внутрішньому ринку, подолання залежності від внутрішнього ринку, завантаження вільних потужностей, зниження витрат, підвищення ефективності збуту, компенсація коливань валютних курсів, зниження загальних ризиків, стабілізація цінової політики.

3. На сучасному етапі розвитку світової економіки ключового значення в ринковому середовищі набуває ефективне управління такими складовими нематеріальних активів підприємства як людський та клієнтський капітал, бренд, інноваційний потенціал та ін. Визначено, що ефективне управління стратегічним розвитком підприємства є головним чинником підвищення його конкурентоздатності, покращення показників фінансово-господарської діяльності. Сьогодні саме здатність організації результативно впроваджувати стратегію є ключовим нематеріальним активом, який визначає її ринкову вартість.

4. Встановлено необхідність розробки та впровадження збалансованої системи показників з метою підвищення ефективності їх діяльності та реалізації стратегії, прибутковості та досягнення унікальних конкурентних переваг в ринковому середовищі.

5. Аналіз чинників впливу на експортну діяльність компанії дозволив виокремити головні процеси, на які варто спрямувати основні зусилля в сфері моніторингу такі як: управління експортною діяльністю на підприємстві; управління ресурсами, які пов'язані з основною виробничою та з експортною діяльністю підприємства; оцінка експортної діяльності підприємства.

6. Необхідно враховувати те, що перед вітчизняними підприємствами постають проблеми як методологічного, так і фінансового характеру, пов'язані зі складністю та тривалістю розробки системи, значними часовими і фінансовими витратами. Вважаємо, що впровадження збалансованої системи показників на вітчизняних підприємствах передбачає створення відповідних технічних та соціально-економічних передумов, якими можуть бути: оновлення технологічного парку; створення сприятливого інвестиційного клімату для бізнесу; підготовка соціально-відповідального топ-менеджменту та персоналу тощо.

7. На підставі здійсненого прогнозу показників ефективності експортних операцій підприємства доцільно відзначити негативні тенденції у зміні показників у період з 2018 по 2020 рр. Прогноз вказує на те, що навіть опосередкований експорт ПАТ «НВП Більшовик» буде зменшуватись.

8. За умови використання та застосування наших рекомендацій ПАТ «НВП Більшовик» зможе здійснювати пряму експортну діяльність, крім того експорт буде ефективним (на основі зробленого прогнозу). Також зможе підняти свої загальні фінансові показники, збільшити величину чистого прибутку. Залучити інвесторів, впровадити інновації та досягнення науково-технічного прогресу. Знівелювати частку фізично та морально застарілого обладнання. Підняти рівень кваліфікації людського капіталу, а також комунікації та співробітництва на заводі між працівниками. Можливе завоювання певної частки експорту у структурі світового експорту продукції промислового машинобудування.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Основні результати проведеного у випускній кваліфікаційній роботі дослідження варто узагальнити до наступних висновків:

1. Експортна діяльність – це цілісний процес, що охоплює планування обсягу реалізації товарів з урахуванням очікуваного рівня прибутку, пошук і вибір найкращого партнера, проведення торгів, включаючи встановлення ціни, відповідної якості товару і інтенсивності попиту, виявлення і активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції і збільшити прибуток від її реалізації.

2. Оцінка економічної ефективності експортних операцій підприємств, на нашу думку, повинна базуватись, на комплексному підході. Визначення економічної ефективності досліджуваних суб'єктів господарювання ставить за мету шляхом порівняння можливих варіантів співробітництва із закордонними партнерами сприяти удосконаленню структури експорту, оптимізації зовнішньоекономічної діяльності і забезпеченню на цій підставі високоприбуткової роботи підприємства.

3. В період, що аналізується, в ПАТ «НВП Більшовик» відбувається коливання чистого доходу від реалізації продукції, але в підсумку в 2017 році порівняно з 2013 чистий дохід зріс на 17 006 грн, або на +40,23%, що є дуже позитивним результатом.

4. Доцільно буде відзначити покращення фінансових результатів у 2015 році. Незважаючи на зменшення чистого доходу від реалізації продукції, значно зменшився операційний та чистий збиток на 15 533 грн та 14 259 грн відповідно (порівняно з 2013 р.).

5. Валовий прибуток компанії у 2015 році досяг 23 334 грн, це є хороший показник порівняно з 2013 і 2014 роками, які були збитковими. Протягом 2016-2017 рр. валовий прибуток збільшувався помірними темпами. У 2017 році валовий прибуток компанії становить 29 181 грн, спостерігається його зростання на 30 769 грн або +837,59 % порівняно з 2013 роком, що є позитивною тенденцією.

6. На нашу думку, таке коливання фінансових результатів та повільний вихід із кризи спричинено дуже багатьма факторами. Основними є застаріле технічне забезпечення, некваліфіковані кадри, несприятлива ситуація в країні, значне зменшення обсягів експорту

7. Зважаючи на загальні позитивні тенденції у фінансових показниках досліджуваного підприємства, ефективність здійснення експортних операцій залишається не стабільною. У 2016 р. було зафіксовано найнижчий показник обсягів реалізованої продукції на експорт 4844,04 грн, що на 3199333,58 грн менше порівняно з обсягами 2015 року. Існують негативні тенденції щодо здійснення експортної діяльності ПАТ «НВП Більшовик», зокрема, у 2017 р. Порівняно із 2013-2016 рр. експорт здійснювався опосередковано через дочірню компанію «Жашківмашбуд».

8. На нашу думку, найкращим варіантом для виходу із кризи є приватизація ПАТ «НВП Більшовик». Якщо, підприємство є важливим та пріоритетним для держави, потрібно сформулювати вимоги, встановити бажані показники розвитку, обсяги продажів, величину прибутку для власника та контролювати їх досягнення. Зробити все можливе з боку держави для полегшення виходу заводу на нові обрії внутрішнього та зовнішнього ринків:

- Реструктурувати податки, можна звільнити завод від податків на перші п'ять років діяльності для виходу із кризи; особливо це стосується прямих та портфельних інвестицій;
- Створити сприятливі інституційні умови в країні для розвитку галузі машинобудування;
- Забезпечити гідну оплату праці для співробітників підприємства, що дозволила залучати високо кваліфікований персонал на конкурсній основі;
- Популяризувати продукцію заводу на іноземних платформах;
- Стабілізувати фінансову та політичну ситуацію в країні;
- Залучити інвесторів та зробити ПАТ «НВП Більшовик» цікавим та вигідним для інвесторів;

- Сприяти впровадженню інновацій, організації наукових інститутів, лабораторій для розвитку промислового машинобудування загалом;
- Підтримати збереження виробничих потужностей заводу;
- Контролювати своєчасне виконання прийнятих рішень, виробничих та комерційних планів;
- Забезпечувати конкурсний відбір кваліфікованого ТОП менеджменту підприємства, який здатен виконати поставлені задачі.

9. На нашу думку, головною проблемою ПАТ «НВП Більшовик» є неефективний менеджмент. Якщо протягом 2013-2015 рр. експорт на підприємстві здійснювався та був ефективним, отже у 2016-2017 втрачено налагоджені канали збуту. Важливим є встановлення причин такого становища. Для того, щоб повернути заводу прямий експорт, збільшити його обсяги, рентабельність та ефективність необхідно проаналізувати попит та пропозицію на міжнародних ринках.

10. Згідно прогнозу за умови використання та застосування наших рекомендацій ПАТ «НВП Більшовик» зможе здійснювати пряму експортну діяльність, крім того експорт буде ефективним. Також зможе підняти свої загальні фінансові показники, збільшити величину чистого прибутку. Залучити інвесторів, впровадити інновації та досягнення науково-технічного прогресу. Знівелювати частку фізично та морально застарілого обладнання. Підняти рівень кваліфікації людського капіталу, а також комунікації та співробітництва на заводі між працівниками. Можливе завоювання певної частки експорту у структурі світового експорту продукції промислового машинобудування.

11. Таким чином, підвищення ефективності експортних операцій підприємства та повернення прямого експорту є пріоритетним завданням для ПАТ «НВП Більшовик». Оскільки саме експортна діяльність підприємства може слугувати джерелом отримання підприємством конкурентних переваг і чинником зміцнення фінансового стану.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України № 43519-IV від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15
2. Митний кодекс України [№ 4495-17 від 13.03.2012 р., поточна редакція від 01.04.2016 р., підстава 994-19].
3. Про зовнішньоекономічну діяльність: закон України № 959-XII, від 16.04.1991 р., із змінами і доповненнями від 01.01.2016 р., підстава 905-19 // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 29.
4. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: закон України N 187/94-ВР від 23.09.94 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>.
5. Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій в галузі зовнішньоекономічної діяльності: закон України № 351-14 від 23.12.1998 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>.
6. Александрова О.А. Развитие экспортной деятельности промышленных предприятий: автореф. дис. на соиск. уч. степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.05./ Саратовский гос. соц.-экон. унив.. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/disser/31849/a#?page=1>
7. Александрова О.А. Развитие экспортной деятельности промышленных предприятий дополнение : автореф. дис. на соиск. уч. степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.05./ Саратовский гос. соц.-экон. унив.. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/disser/31849/a#?page=1>
8. Андришин В.П. Визначення напрямів підвищення ефективності експортної діяльності підприємства на основі результатів її оцінки / М.Ю.Рушак, В.П.Андришин // Економічний простір. – Дніпропетровськ, 2015. – Вип.93.

9. Андришин В.П. Експортна діяльність підприємств в сучасних умовах господарювання / В.П. Андришин // Економічні механізми стимулювання соціально-економічного розвитку. Міжнар. наук.-практ. конф., 5-6 липня

10. Андришин В.П. Сучасні підходи до визначення експортного потенціалу підприємства / В.П. Андришин // Розвиток економічних методів управління національною економікою та економікою підприємства. Серія «Економіка»: збірник наукових праць . – Донецьк: ДонДУУ. – Вип. 274 (Т.14). - 2013.– С.24–31.

11. Андришин В.П. Фактори ефективності експортної діяльності підприємства / В.П. Андришин // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки», випуск 5. – 2014. – С. 11–14.

12. Ансофф І. Стратегическое управление [Електронний ресурс] / І. Ансофф. – Режим доступу: <http://www.strategy.bos.ru>.

13. Атаманчук З. А. Дослідження впливу експорту машинобудівної продукції на основні макроекономічні показники України / З. А. Атаманчук, Д. Є. Зборовський // Науковий вісник [Буковинського державного фінансово-економічного університету]. Економічні науки. - 2014. - Вип. 27. - С. 332-338.

14. Афанасьєв К.М. Економіко-математичне моделювання експортного потенціалу підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук. 08.03.02./ Київс.держ.екон.ун-тет. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economy-lib.com/ekonomiko-matematicheskoe-modelirovanie-eksportnogo-potentsiala-predpriyati>

15. Бабан Т.О. Сутність поняття «експортний потенціал» у економічній науці // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – №2(18), Т 2. – С.7–17.

16. Бараннік І. О. Концептуальні засади моніторингу експортно-імпортного потенціалу промислових підприємств / І. О. Бараннік // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - Вип. 9. - С. 6-9.

17. Баранова А. О. Методика аудиту експортно-імпортних операцій / А. О. Баранова, З. О. Макеева // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2013. - Вип. 1(2). - С. 3-11.

18. Безрукова Т.Л. Классификация показателей оценки эффективности экономической деятельности промышленного предприятия / Т.Л.Безрукова, А.Н.Борисов, И.И.Шанин // Общество: политика, экономика, право. – 2012. - №1. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dom-hors.ru/issue/pep/2012-1/bezrukova-borisov-shanin.pdf>

19. Бережна Г. В. Особливості експорту та імпорту послуг України / Г. В. Бережна // Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво. - 2013. - № 1. - С. 35-40.

20. Білоус О. О. Правове регулювання експортно-імпортних операцій в Україні /О. О. Білоус // Форум права. – 2011. – № 2. – С. 64–69 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2011-2/11boooovu.pdf>

21. Болдуєва О.В. Оцінювання економічної ефективності зовнішньої діяльності суб'єктів господарювання /О.В.Болдуєва, А.О.Кіслань // Держава та регіони: науково-виробничий журнал. – Запоріжжя. – 2009. – С.17–20.

22. Бондаренко А.В. Повышение эффективности российского экспорта в условиях глобализации // Вестник СГСЭУ. – 2013. – №3(47). – С.166–170.

23. Бондарєва Т.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства/ Т.І.Бондарєва, А.І. Осадчук // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – №3(15). –С.91–104.

24. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел.]. – К.-Ірпінь : ВТФ "Перун", 2005. – 1728 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.lingvo.ua/uk>

25. Волкова І.М. Формування експортного потенціалу молокопродуктового підкомплексу АПК: автореф. дис. канд. екон. наук. 08.00.04./ Державний агро-еколог.ун-тет. – Житомир ,2007. – 23 с.

26. Волкодавова Е.В. Теоретические и методологические основы формирования и реализации экспортного потенциала промышленных предприятий : автореф. дис. на соиск. уч. степени док. эконом. наук : спец. 08.00.05./ Самарский гос. экон. университет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/teoreticheskie-i-metodologicheskie-osnovy-formirovaniya-i-realizatsii-eksportnogo-potentsiala-promyshlennyh-predpriyatiy>

27. Вершина А.А. Розширення зовнішньоекономічної діяльності як складник інноваційної стратегії підприємства / А.А. Вершина, В.В. Дячек // Приазовський економічний вісник. – 2018. - № 1. – С. 50 – 56.

28. Галунець Н. І. Методичні аспекти оцінки економічної ефективності зовнішньоторговельних операцій підприємств / Н. І. Галунець, Л. М. Васько // Агросвіт. - 2013. - № 1. - С. 50-53.

29. Гаркуша О. О. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / О.О. Гаркуша. – Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua/2003/fem/garkusha/diss/index.htm>

30. Гладій І. О. Теоретичні та методичні аспекти аналізу та оцінки ефективності експортно-імпортних операцій/ І. О. Гладій, Н. О. Лукіянчук // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2010. - Вип. 1. - С. 139-145.

31. Дадалко В. Роль экспортного потенциала в социально-экономической системе / В.Дадалко, С.Дубков // Банковский вестник. – 2013. – №13(594). –С.40–43.

32. Дакус А.В. Економічний розвиток підприємства: сутність та визначення / А.В. Дакус, Н.О. Сімченко // Актуальні проблеми економіки і управління. – 2012. – Вип. 6. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-3.pdf>

33. Дикий С.С. Особливості порівняльного аналізу втрат деревини та використання відходів у деревообробній промисловості / С.С.Дикий // Науковий вісник УкрДЛТУ. – 2004. – Вип.14.6. – С.219–225.

34. Дубков С. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий / С.Дубков, С.Дадалко, Д.Фоменок // Банковский вестник. – 2011. – №28(537). – С.29–35.

35. Зосимова Ж.С. Проблеми та умови покращення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств / Ж.С. Зосимова // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. - Випуск № 2 (10). – С. 221 – 229.

36. Калач Н.О. Використання новітніх технологій в ЗЕД [Електронний ресурс] /Н.О. Калач // Молодий вчений. – 2014. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/eko/07nov2014/16.pdf>

37. Красілич І. О. Аналіз експортно-імпортової діяльності машинобудівних підприємств / І. О. Красілич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2016. - Вип. 4(1). - С. 35-39.

38. Красілич І. О. Фактори впливу на ефективність експортно-імпортової діяльності машинобудівних підприємств / І. О. Красілич // Молодий вчений. - 2016. - № 5. - С. 73-76.

39. Кузьмін О.Є. Організація експортної діяльності підприємства/ О.Є. Кузьмін, А.В. Демчук // Сучасні проблеми економіки і менеджменту : тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 10–12 листопада 2011 року, присвяченої 45-річчю Інституту економіки і менеджменту та 20-річчю Інституту післядипломної освіти Національного університету "Львівська політехніка" / Національний університет "Львівська політехніка". – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 173–174.

40. Лебідь І.Г. Ефективність механізмів управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств: базові підходи та методологія оцінки // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2011. – № 101. – Т. 2. – С. 128-134.

41. Лукянець С. Інтегральна оцінка ефективності експортної діяльності підприємства / С.Лукянець, І.Бубенко, М.Пантелєєв // Економічний аналіз. – 2008. – Вип.3(19). – С.183–185.

42. Макарова Г.С. Форми оцінки економічного потенціалу підприємства / Г.С. Макарова // Економіка розвитку. – 2011. – №4. – С. 89 – 92.
43. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія / С. М. Маталка. – Луганськ : Ноулідж, 2011. – 164 с.
44. Мельник О.Г. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства / О.Г. Мельник, М.Я. Нагірна // Інноваційна економіка. – 2013. – №5. – С. 63-66.
45. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки використання: монографія / Б. Є. Грабовецький. — Вінниця: ВНТУ, 2010. — 171 с.
46. Невская Н.А. Формирование и реализация экспортного потенциала промышленных предприятий: автореф. дис. на соиск. уч. степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.05./ Тихоокеанский гос. университет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/formirovanie-i-realizatsiya-eksportnogo-potentsiala-promyshlennyh-predpriyatiy>
47. Никитина Э. И. Факторы развития экспортного потенциала промышленного предприятия / Э. И. Никитина // Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво. – 2013. – № 5. – С. 151–156.
48. Печеркина Е.В. Классификация факторов конкурентоустойчивости //Вестник ОГУ. – 2005. – №8. – С.89–95.
49. Піддубна Л. І. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: теорія та механізм забезпечення: Монографія. / Л. І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2011. – 313 с.
50. Полянська А.С. Дослідження чинників зовнішнього середовища як необхідна умова розвитку підприємств в сучасних умовах / А. С. Полянська, Т. М. Оришин // Регіональна економіка. - 2010. - № 2. - С. 39-47.
51. Полянська А. С. Формування концепції розвитку підприємств на засадах ситуаційного управління / А. С. Полянська // Демократичне врядування.

-2012. - Вип. 9. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2012_9_33

52. Римар М.В. Аналіз інноваційного розвитку деревообробних підприємств Львівської області / М.В. Римар, Н.П.Яворська // Збірник наукових праць.

53. Русаков И.А. Обоснование необходимости развития экспорта продукции отечественного машиностроения/ И.А. Русаков // Вестник Саратов. гос. соц. экон. ун-та. – Саратов. – 2011. – № 2(36). – С.161–163.

54. Русаков И.А. Основные направления реализации экспортного потенциала предприятий отечественного машиностроения/ И.А. Русаков // Вестник Саратов. гос. соц.-экон. ун-та. – Саратов. – 2011. – № 4(38). – С.102–105.

55. Русаков И.А. Формирование экспортного потенциала / И.А. Русаков // Вестник Саратов. гос. соц.-экон. ун-та. – Саратов. – 2011. – № 5(39). – С.106– 109.

56. Савинов Ю.А. Экспортный потенциал отрасли по разработке и сбыту информационно-коммуникационных технологий / Ю.А.Савинов, В.А.Орешкин, А.А.Лебедев // Российский внешнеэкономический вестник. – 2013. – №6. – С.28–40

57. Селезньова К.В. Обґрунтування факторів впливу на розвиток експортного потенціалу машинобудівного підприємства / К.В.Селезньова // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – №45(1018). – С.102

58. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання у 2010 р.» / за ред. І. М. Жук // К.: Державна служба статистики України, 2010. – 431 с.

59. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання у 2011 р.» / за ред. І. М. Жук // К.: Державна служба статистики України, 2011. – 445 с.

60. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання у 2012 р.» / за ред. І. М. Жук // К.: Державна служба статистики України, 2012. – 840 с.

61. Статистичний щорічник України за 2013 рік./ за ред. О.Г.Осауленка Державна служба статистики України. – К.: ТОВ «Август Трейд». – 2013. – 559с.

62. Статистичний щорічник України за 2014 рік./ за ред. О.Г. Осауленка
Державна служба статистики України. – К. – 2014. – 552 с.
63. Статистичний щорічник України за 2015 рік./ за ред. О.Г. Осауленка
Державна служба статистики України. – К. – 2015. – 534 с.
64. Статистичний щорічник України за 2016 рік./ за ред. О.Г. Осауленка
Державна служба статистики України. – К. – 2016. – 534 с.
65. Статистичний щорічник України за 2017 рік./ за ред. О.Г. Осауленка
Державна служба статистики України. – К. – 2017. – 534 с.
66. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання у 2013 р.» / за ред. І. М. Жук // К.: Державна служба статистики України, 2013. – 431 с.
67. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання у 2014 р.» / за ред. І. М. Жук // К.: Державна служба статистики України, 2014. – 445 с.
68. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання у 2015 р.» / за ред. І. М. Жук // К.: Державна служба статистики України, 2015. – 840 с.
69. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання у 2016 р.» / за ред. І. М. Жук // К.: Державна служба статистики України, 2016. – 859 с.
70. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання у 2017 р.» / за ред. І. М. Жук // К.: Державна служба статистики України, 2017. – 810 с.
71. Трігуб С.О. Розвиток та ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств України в сучасних умовах господарювання / С.О.Трігуб // Наука й економіка. – 2012. – №4(28), Т.2. – С.329–333.
72. Устенко А.О. Цільова підсистема системи управління / А. О. Устенко // Бізнес Інформ. - 2014. - № 6. - С. 360-364. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_6_63
73. Фатенок-Ткачук А.О. Аналізування факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств /А.О.Фатенок-Ткачук // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – №
74. Фатенок-Ткачук А.О. Формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств: автореф. дис..

канд. екон. наук. 08.00.04./А.О.Фатенок-Ткачук / Нац.ун-тет «Львівська політехніка» –Львів,2009. – 32 с.

75. Філіпова Н.О. Розвиток експортної діяльності високотехнологічних підприємств в умовах загострення конкуренції: автореф. дис.. канд. екон. наук. 08.00.04./ Н.О.Філіпова / Класичний приватний університет. –Запоріжжя., 2008. – 22 с.

76. Чайкова О.І. Фінансова оцінка сили впливу факторів внутрішнього середовища на експортну стратегію підприємства /О.І.Чайкова // Збірник наукових праць "Вестник НТУ "ХПИ" : Актуальні проблеми управління. – 2012. – №45. – С.181–185.

77. Швецова М.Б. Стимулювання експорту продукції машинобудівних підприємств: автореф. дис.. канд. екон. наук. 08.06.02./ Швецова М.Б./ Терн.нац.тех.ун-тет. – Тернопіль, 2010. – 24 с.

78. Akdeve E. The Determinants of Export Potential: A Case of Ankara Manufacturing Sector/ E. Akdeve // International Journal of Business Management and Economic Research – 2013. - Vol 4(3), - pp.745-751

79. Andryshyn V. Methodological approaches to investigation of export activity of enterprises / V.P. Andryshyn // Stredoevropsky vestnik pro vedu a vyzkum. – Praha, 2014. – № 9 (11). – p. 64-68.

80. De Loecker J. Detecting Learning by Exporting / J. De Loecker // American Economic Journal: Microeconomics. – 2013. - №5(3). – p.1-21.

81. De Loecker J. Do Exports Generate Higher Productivity? Evidence from Slovenia / J. De Loecker //Journal of International Economics. – 2007. - №73. – p.69-98.

82. Fernandes A. Learning-by-doing, learning-by-exporting, and productivity : evidence from Colombia / A.M. Fernandes, A.E. Isgut // The World Bank Policy Research Working Paper Series. – 2005. – 59 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSCContentServer/WDSP/IB/2005/03/24/00001200920050324092129/Rendered/PDF/wps3544>

83. Greenaway D. Industry Differences in the Effect of Export Market Entry: Learning by Exporting? / D.Greenaway, R.Kneller // Review of World Economics. – 2007. - №143(3). – p.416-432.

84. Hodgkinson A. What Drives Regional Export Performance? Comparing the Relative Significance of Market Determined and Internal Resource Factors/ A. Hodgkinson // Australasian Journal of Regional Studies, Vol. 14, No. 1, 2008. – pp.27-51.

85. Ito K. Sources of Learning-by-Exporting Effects: Does Exporting Promote Innovation? / K.Ito // Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA). – 2012. – 51 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eria.org/ERIA-DP-2012-06.pdf>



